صناعة الأخبار
في القنوات العربية المتخصصة
A. N. N.



د. طالب عبد المجيد علاوي - د. حيدر احمد علو

صناعة الأخبار

في

القنوات الفضائية العربية

المتخصصة ((A.N.N))

تأليف

د. طالب عبدالمجيد علاوي

د. حيدر احمد علو

دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

نبلاء ناشرون وموزعون

الأردن - عمان

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن – عمان

- هاتف: 5658252 – 009626/5658253
- فاكس: 009626/ 5658254
- العنوان: العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب: 141781

Email: darosama@orange.jo

www.darosama.net

نبلاء ناشرون وموزعون

الأردن – عمان- العبدلي

تليفاكس: 009626/5664085

الطبعة الأولى

2015م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2014/6/2882)

070.431 علاوي، طالب عبد المجيد

صناعة الأخبار في القنوات الفضائية العربية المتخصصة A.N.N.- عمان: دار أسامة للنشر، 2014.

( ) ص .

ر.أ :(2014/6/2882).

الواصفات: /الأخبار//وسائل الاتصال الجماهيري/

ISPN: 978-9957-22-596-4

الفهرس

الفصل الثالث

المقدمة :

إن السمة الرئيسة التي يتسم بها عصرنا الحالي بفضل تطور تقنيات الاتصال وعلومه هي انه (عصر الاتصال) ويتأتى ذلك من خلال ما تستقطبه الوسائل الاتصالية من تعرض واسع وما تتركه من آثار، فأخذت المعاهد الأكاديمية تعنى بدراسة هذه الوسائل ومن بينها التلفزيون..

فمع تطور تقنيات الاتصال الجماهيري أصبحت وسائل الأعلام والتلفزيون منها على وجه الخصوص إحدى أهم أدوات التأثير على الجماهير عن طريق تصدير أنماط وتقاليد يندرج قسم منها في إطار العمل الفني البرامجي والقسم الآخر فيما يحمله من مفاهيم سياسية ثقافية.

وإزاء ذلك، أخذت الظاهرة التلفزيونية الفضائية تتسع بانطلاقة كبيرة في حركة الاتصال في العالم اجمع، ولكن بمستويات شديدة التباين، فقد شهدت السنوات الأخيرة انطلاق العديد من الفضائيات العربية وبشكل خاص القنوات المتخصصة بالإخبار والثقافة والترفيه بقصد استقطاب اكبر قدر من المشاهدين والحصول على موقع تنافسي متقدم قياسا إلى بقية الفضائيات في العالم.

فمن خلال ذلك، سارعت القنوات الفضائية المتخصصة إلى الأخذ بمبدأ إبهار المشاهد وجعله مشدودا لبرامجها، إي إحاطته على مدار الساعة بكل ما هو جديد من الإحداث، فنشرات الأخبار والبرامج الإخبارية تعد فضاءات مفتوحة على أحداث العالم وواقع تضفي عليه التقنيات الحديثة مسحة من الجمالية حتى وان كان قاتما ومريرا، فقد أصبح احد ابرز أهداف القنوات الإخبارية بشكل خاص، تقديم الفرجة للمشاهدين ومفاجأتهم بالإحداث..، بمعنى أخر كسب اكبر عدد ممكن من المشاهدين وذلك عبر تركيز أقصى مايمكن من المراسلين والمبعوثين الخاصين في مناطق الإحداث الساخنة ممزوجة بتقنيات متطورة.

إن الأخبار تمثل هوية شبكة الأخبار العربية بل وشخصيتها، لذلك وضعت النشاط الإخباري في مقدمة النشاطات البرامجية الأخرى، كون الأخبار التلفزيونية

تحتكر زمناً من ذروة المشاهدة التلفزيونية بمضمونها وشكل إخراجها.وللدور الإخباري الذي تؤديه هذه القناة عربيا وإقليميا ودوليا عبر نشراتها وبرامجها الإخبارية، كونها أول قناة إخبارية عربية تبث من خارج الوطن العربي في عام 1997 وتدار من قبل مجموعة من المستثمرين العرب وأصحاب رؤوس الأموال.

ويبين الفصل الأول التلفزيون والخدمة الإخبارية الذي جاء بثلاثة مباحث كان الأول منها خصوصية الأخبار التلفزيونية عبر تطور الخدمة الإخبارية في التلفزيون فضلا عن تعريف الخبر التلفزيوني وعناصره وأقسام النشرة الإخبارية مع تناول البرامج الإخبارية في المبحث الثاني من الفصل ذاته وأهميتها وعناصرها وجاء المبحث الثالث ليسلط الضوء على الأساليب الفنية (الإخراجية)للبرامج الإخبارية مع عملية جمع الأخبار الكترونيا.

وتعرض الفصل الثاني إلى الشبكات الفضائية الإخبارية ودورها في التبادل الإخباري، فجرى خلاله استعراض التبادل الإخباري على المستوى الدولي وتطوره عبر استخدام الأقمار الصناعية فضلا عن تسليط الضوء على أهم قنوات الأخبار العالمية في المبحث الأول منه، في حين جاء المبحث الثاني ليسلط الضوء على التبادل الإخباري في المنطقة العربية وتطوره والمراكز الإقليمية لذلك التبادل .وفي المبحث الثالث تم التطرق لشبكة الأخبار العربية "**نشأة وتطورا**" فضلا عن أقسامها واهم برامجها.

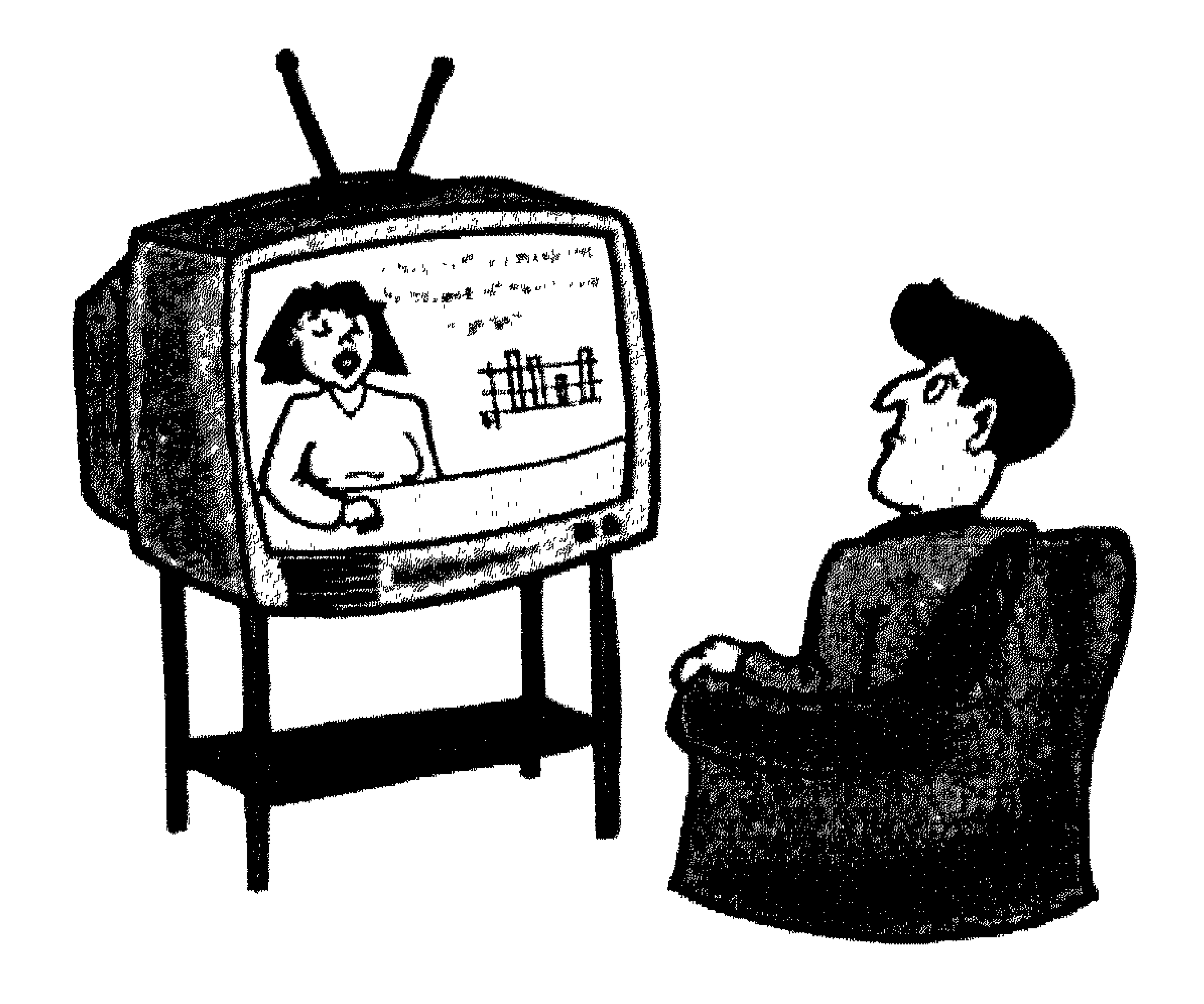
وفي الفصل الثالث تم إخضاع نشرات الأخبار وبرنامج المسائية خلال مدة الدراسة لتحليل المضمون فتم تبويب البيانات الخاصة في ضوء وحدات التحليل وفئاته مع التعريفات الإجرائية لها.

إما الفصل الرابع، فتركز الاهتمام على أساليب (الصياغة والعرض) لنشرات الأخبار وبرنامج المسائية من خلال استخدام تحليل المضمون.

أخيرا أرجو أن يكون هذا الكتاب مفيدا لدارسي الإعلام والاتصال في مجال الأخبار والتأصيل التاريخي لتطور الخبر التلفزيوني والتبادل الإخباري على وجه الخصوص، وان يمثل إضافة معرفية متواضعة ومثمرة للدراسات الإعلامية.

الفصل الأول

التلفزيون والخدمة الإخبارية



المبحث الأول

خصوصية الأخبار التلفزيونية

يمثل نقل الاخبار الهدف الرئيس لكافة وسائل الأعلام، ((فأهمية الخبر تتعاظم في عصرنا الراهن بل ان مكانته تتوطد باعتباره خط التماس المباشر مع الواقع الموضوعي المتغير والاساس الذي تقوم عليه الأنواع الصحفية الأخرى، ذلك ان الاهمية الاخبارية قد ازادات بفضل التحولات الجذرية في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية ...)) [1].

فقد تسابقت وسائل الاعلام في سرعة نقل الخبر في اقصر وقت وصيغة ممكنتين، بحيث ارتبط ذلك بتقنيات الاتصال الحضارية التي لعبت دورا مهما في تفجير المعلومات ونقلها مما ادى وكما يقول مارشال ماكلوهان الى ((اقتراب العالم من بعضه البعض اكثر فأكثر، فلم يعد العالم مجرد قرية صغيرة بل اصبح غرفة واحدة ،فقد تم الغاء الزمان والمكان معاً بفضل ذلك))[2] ، وبما ان لكل وسيلة من وسائل الاعلام مميزاتها في توصيل المادة الخبرية، الا ان من اكثر الوسائل التي تعد في وقتنا الراهن ذات قدرة وتأثير هي التلفزيون* لما يمتاز به من خصائص (الصوت

---

(1) د. كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الاخبار، ترجمة: د. اديب خضور ،دمشق، سلسلة المكتبة الاعلامية، 2000، ص 5.

(2) د. عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، بيروت، دار المسيرة، 1987، ص 14.

* التلفزيون: وسيلة من وسائل الاتصال، تعتمد على الصورة والصوت في آن واحد، ومن ثم فقد جمعت بين خواص الاذاعة المسموعة وخواص الوسائل المرئية، وكلمة Television مكونة من كلمتين هما (tel) ومعناها من مكان بعيد ... والثانية هي (Vision) ومعناها الرؤية، أي نقل الصور والمرئيات من مكان بعيد، (د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، جده، دار الشروق (1989، ص 306).

- اما البث التلفزيوني: فهو عبارة عن سيل من الصور المترابطة والمندمجة بالحديث والمتحدة به ... وللمزيد انظر. (د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، م. س: ذ، ص 70 وما بعدها).

والصورة والحركة واللون) في توضيح ذلك فالطبيعة الاتصالية لعالمنا اليوم قد تأكدت اكثر من خلال المعايشة لها ذلك ان التقدم الهائل في وسائل جمع الاخبار وتحريرها وبثها جعلت من الخبر الواحد يطوف انحاء العالم في مدى لا يقل عن 10/1 جزء من عشر في الثانية الواحدة[1].

وبمعنى اخر فقد استطاعت الصحافة التلفزيونية بفضل التطور في مجال تقنيات الاتصال ان تكون صحافة (آنية) بحيث تنقل الخبر في لحظة وقوعه الى المشاهدين دون انتظار لأعداد او طباعة او توزيع كما تستطيع ان تصل الى أي مكان في الدنيا تنقل منه ما يجري من احداث، وتنقلها ايضاً الى أي مكان من العالم، فلم يعد في حساباتها لا المسافة، ولا الوقت[2].

وعلى الرغم من ذلك فقد مرت الصحافة التلفزيونية بتطورات عديدة ابتدأت في أواخر القرن التاسع عشر باختراع موجات الراديو* اذ اصبحت الاتصالات وعمليات تبادل الرسائل والاخبار اكثر يسراً واسرع وصولاً، فحينها كانت السفن اول من استخدم موجات الراديو بارسال تقارير حول رحلاتها، وفي مطلع القرن العشرين بدأ الاهتمام بالامكانيات التي يتيحها الراديو في نقل الاخبار عبر موجاته، وكان ظهور اول اذاعة عام 1909 على يد (تشارلز ديفيد) و (هارولد خوزيه) في ولاية كاليفورنيا اذ قاما بتوزيع عدد من اجهزة الاستقبال على سكان المنطقة، بحيث بدأ الإرسال الإذاعي في تلك الفترة متضمناً مواد برامجية (الاخبار والموسيقى)[3].

---

(1) د. عبد المجيد شكري، م. س. ذ، ص 55.

(2) د. سعد لبيب، مدخل لدراسة الاختراق الاعلامي في المنطقة العربية، القاهرة، ندوة الاختراق الاعلامي للوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافية والعلوم، 1996، ص 43.

*يعد عام 1896 – 1897 مولد الاذاعة، باختراع موجات اللاسلكي من قبل العالم ماركوني في الاتصال اللاسلكي بين أقطار العالم ،نعمان ماهر، مدخل في الاعلام ،بغداد، وزارة الثقافة والارشاد ،1968 ،ص 34.

(3) د. يوسف مرزوق، الخدمة الاخبارية في الاذاعة الصوتية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988، ص 22 – 23.

وفي عام 1926 استطاع العالم الانكليزي جون بيرد تحقيق الفكرة عملياً، حين وضع اول تصميم عملي للتلفزيون الميكانيكي، الا ان الصورة لم تكن واضحة حينها[1]، وفي عام 1927 تم نقل اول صورة يصاحبها الصوت بين مدينتي واشنطن ونيويورك، وكانت هذه اول صورة تلفزيونية تنقل عبر المسافات، اعقبها ظهور برامج تجريبية كما شهد عام 1929 ظهور بعض المحطات التجارية التلفزيونية المنتشرة في مناطق مختلفة من الولايات المتحدة الامريكية[2].

وشهد عام 1930 بداية واسعة لاستخدام التلفزيون* اذ بدأت تجارب التلفزيون والمحطات تنتشر بصورة سريعة نسبياً في كل من انكلترا و امريكا وفرنسا والمانيا والاتحاد السوفيتي[3]، ثم شرعت هيئة الاذاعة البريطانية بتقديم اول اذاعة تلفزيونية خدمت عبرها برامج مختلفة، و لكن بشكل غير منتظم بسبب الظروف الفنية المعقدة[4].

ويعد عام 1932 من اكثر الاعوام التي نقلت صورة اخبارية في التلفزيون، اذ استطاعت محطة (w2AB) التابعة لشبكة (C. B. S) التلفزيونية الامريكية ان تغطي نتائج انتخابات الرئاسة الامريكية بفوز ((روزفلت)) اذ لم تكن البرامج الاخبارية التلفزيونية المنتظمة موجودة في حينها انما كانت مجرد تغطية بسيطة للاحداث المهمة فقط[5].

---

(1) د. نعمان ماهر، مدخل في الاعلام، بغداد، وزارة الثقافة والارشاد، 1968، ص 44.

(2) د. حسن عماد مكاوي، الاخبار في الاذاعة والتلفزيون القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية 1989، ص47.

(3) د. حسن الحسن، الاعلام الدولة، بيروت، مطابع صادر، 1965، ص 184.

(4) د. خليل صابات، وسائل الاتصال – نشأتها وتطورها، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1976، ص 145.

(5) د. حسن عماد المكاوي، م.س.ذ، ص 48.

* وللمزيد انظر: د. صابر فلحوط – د. محمد البخاري، العولمة والتبادل الاعلامي الدولي، دمشق، منشورات دار علاء الدين، 1999، ص 10 وما بعدها.

وحين نقل الصوت الأخبار لأول مرة، سارعت المحطات التلفزيونية حينها الى المنافسة فيما بينها في التغطية الاخبارية وفي اعداد البرامج المنتظمة، تجلى ذلك بتنظيم اول خدمة اخبارية منتظمة جماهيرية من قبل هيئة الاذاعة البريطانية وذلك في عام 1936[1].*

وفي هذا الاطار، ايضاً – قدمت شبكة C.B.C خدمة اخبارية منتظمة عام 1941، من خلال تقديم نشرتين اخباريتين في كل يوم، زمن كل واحدة منها (15) دقيقة طوال ايام الاسبوع، حتى نشوب الحرب العالمية الثانية التي اعاقت استمرار هذه العروض الاخبارية[2].

وبعد انتهاء الحرب، تطورت تكنلوجيا التلفزيون على سبيل اجهزة البث على الرغم من منافسة الراديو القوية لاخبار التلفزيون حيث وجدت الشبكات التلفزيونية، ذلك انه من السهل عرض المعلومات والاصوات عبر الراديو، اما عرض الصورة من خلال التلفزيون فهو امر صعب، وحتى ان ظهرت الصورة فكان من الصعب ان تعبر الافلام الاخبارية عن احداث اليوم[3]، بعد ذلك ظهر اول شريط اخباري تلفزيوني وذلك في عام 1949[4].

وفي الخمسينيات من القرن الماضي، اصبحت لأخبار التلفزيون اهمية خاصة، بعد ان حظيت باهتمام المعنيين عبر تطور انظمة الميكرويف بوصفه اداة فعالة لنقل البرامج الاخبارية[5]، ولم تنتقل الاخبار بشكل مباشر حتى عام 1954

---

(1) د. محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1986، ص 120.

* في عام 1937 بدأ اول استعمال للهوائي المركب على سطح المنازل .. للتفاصيل انظر:

جون – ر – بيتز، الاتصال الجماهيري، ترجمة: د. عمر الخطيب، القاهرة، المؤسسة العربية للدراسات، 1987، ص 186.

(2) د. حسن عماد المكاوي، م. س. ذ، ص 48.

(3) المصدر نفسه ، ص 50.

(4) سامي بيار، الصحافة اليومية والاعلام، بيروت، دار المسيرة، 1987، ص 40.

(5) جون – ر – بيتز، الاتصال الجماهيري، ترجمة د. عمر الخطيب القاهرة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر 1987، ص 179.

من قبل هيئة الاذاعة البريطانية وظهور التلفزيون التجاري المستقل ITN كمنافس قوي لـ (BBC) مما اسهم في دفع النشرات وعروضها الى تطور كبير[1].

ومع بداية الستينيات، صار التلفزيون احد الوسائط الاخبارية والدعائية الرئيسة، وذلك من حيث السرعة وحيوية في نقل الاحداث، الى جانب – وضع الملامح الاساسية للبرامج الاخبارية التي تتفق وطبيعة التلفزيون، مثل النقل الحي للاحداث على الهواء، وتصوير البرامج في مواقعها الطبيعية والتعليق على الاخبار، ويأتي هذا – من خلال التطور الكبير الذي طرأ على التلفزيون في الدول الغربية في الخمسينيات، اذ بدأت تشكل اسس البناء التنظيمي له وبقواعده التي اثمرت ايضاً عن ركائز تلفزيونية ذات تنظيمات حكومية وشعبية وتجارية وتعليمية..[2]

في حين شهدت نهاية الستينيات وبداية السبعينيات تطوراً وثيقاً في مجال استكشاف الفضاء، بفضل رحلة الفضاء السوفيتية من قبل (يوري جاجارين) ونقلها إلى المشاهدين عبر شاشة التلفزيون في نيسان من عام 1961 الى شاشات التلفزيون في دول العالم المختلفة، وايضاً استغلال الاقمار الصناعية لعكس الاشارات التلفزيونيةعلى الرغم من التكاليف الصعبة التي كانت هذه العملية تتطلبها..[3]

بعد ذلك، تطورت الخدمة الاخبارية التلفزيونية عبر بث الاخبار بالاقمار الصناعية الى حد انشاء شبكة اخبار الكابل CABLE NEWS NETWORK (CNN) التي بدأت عملها في حزيران 1980بكونه نظاما اخباريا متطورا على مدار (24) ساعة فاقت الخدمات السابقة التي حدثت في اثناء العشرين سنة الماضية..[4] اما الجديد الذي حدث في مجال التكنلوجيا المستخدمة في تغطية الاخبار واعداد النشرات والبرامج وإرسالها، فاهمها وسيلتان .. الأولى، استخدام الاقمار الصناعية متوسطة

---

(1) د. محمد معوض، م. س. ذ، ص 120

(2) د. نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الاذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص 15 – 17.

(3) المصدر نفسه، ص 18 – 24.

(4) د. حسن عماد المكاوي، م. س. ذ، ص 54.

القوة، عبر تغطية أي بقعة في العالم باستخدام سيارة مجهزة بأحدث الاجهزة المتطورة لنقل الاشارة التلفزيونية الى القمر الصناعي بعد حجز القناة القمرية بتوقيتات محددة، ومن ثم يتولى القمر الصناعي اعادتها اما الى مركز المحطة التلفزيونية او الى منازل الجمهور مباشرة .. والثانية – بادخال نظام الكمبيوتر الى (غرفة الاخبار) والاستديوهات الملحقة بها لتجميع الاخبار من المندوبين والمصادر الاخرى الداخلية والخارجية واعدادها للاذاعة، بعد ادخال ما يراد ادخاله من الحذف والاضافة و اعادة الترتيب، وهذا ما يدعى بوسائل الجمع الالكترونية للاخبار بحيث يتم توصيلها الى كل من تصل بالعمل الاخباري ولاسيما استديوهات التنفيذ لبرامج الاخبار بانواعها ..[1]

ومن خلال هذا الاستعراض التأريخي لتطور الخدمة الاخبارية التلفزيونية، فإن الخبر التلفزيوني هو نوع حديث من الاخبار يتطلب التعامل مع الصورة المرافقة للخبر سواء كانت متحركة ام ثابتة[2]، وفي بعض الاحيان تنفرد الصورة بالشرح والتفسير عن مضون الخبر دون التعليق عليه – ففي ذلك يقول: رئيس تحرير صحيفة الصنداي تايمز (فرانك جايلز) – ((ان الومضة السريعة الان للصورة في الخبر التلفزيوني وليس للكلمة، ذلك ان أي متهم بالشأن العام سوف يتابع الخبر بصورة متلاحقة على الشاشة المضيئة، لكنه يريد من الكلمة ان تذهب الى ما وراء الصورة وان تقول له على مهل، ما الذي يجري؟ ولماذا؟ وكيف؟ ومن؟ واين؟ ومتى؟ أي ان شاشة التلفزيون هي ومضة الخبر تعرض مشاهد ما حدث ..))[3].

---

(1) كارولين ديانالويس، التغطية الاخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمود شكري العدوي – مراجعة: سعد لبيب، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، 1993، ص 12.

(2) وائل العاني، اراء في الكتابة و العمل الصحفي، بغداد ، دار الجاحظ للنشر، 1980، ص 11.

(3) محمد حسنين هيكل، كلام في السياسة، وجهات نظر مع بدايات القرن العشرين، القاهرة، الشركة المصرية النشر العربي والدولي، 2000، ص5.

أنواع الأخبارا لتلفزيونية :

تقسم الاخبار* التلفزيونية الى انواع عديدة هي:

1. **الاخبار القوية**: وهذا النوع من الاخبار يكون اكثر الانواع اهمية قياسا لمحطات التلفزيون اذ تصنع منه التقارير، فهو يتضمن عادة الاستفهامات الخمسة مثل تحركات الحكومة، الاحداث العالمية، الجريمة،.. الخ، فالاسلوب المتبع في تناول هذه الاخبار يكون من خلال تناول المعلومات الاكثر اهمية والاساسية في التقرير مما يستقطب انتباه المشاهدين.
2. **الاخبار الخفيفة**: بدأت النشرات الاخبارية في الحقبة الاخيرة بتناول او تضمين نشراتها الاخبارية، اذا ما شارفت على النهاية بـ (الاخبار الخفيفة) والتي تعتمد بشكل اساسي اهتمامات المشاهدين – متضمنة التشويق والدهشة والمتعة في عرضها .. فالشبكات التلفزيونية تتنافس فيما بينها في كيفية تناول هذه الاخبار وبثها.
3. **التقارير الخفيفة**: يتضمن هذا النوع الاخباري المعلومات المكتشفة و التي تهم الجمهور بما يخدمهم، فهي تشويق واثاره – فقرات الاخبار في هذا النوع ترتب وتنظم بشكل مفهوم وبسيط ومترابط، كما ان محرر الاخبار في ذلك بامكانه ان يعتمد على وثائق منشورة وسجلات خاصة .. فضلا عن رفدها بالمقابلات والجوانب المرئية الاخرى (كالصور او الرسوم او الخرائط) ..[1]

وبما ان الخبر التلفزيوني يقترن ظهوره بالصورة المرافقة له، فهو اذن خبر مصور، وهو ما يميزه عن الاخبار في الوسائل الاخرى، ذلك ان اعتماده على الصورة

---

* وحول مفهوم الخبر انظر (فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، جده، دار الشروق، ط2، 1984، ص 27).

- (د. عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، عماره، دار مجدلات للنشر، 1999، ص 99) (د. سعيد محمود السيد) انتاج الاخبار في الراديو والتلفزيون، القاهرة، عالم الكتب، ص 10). (د. عبد العزيز حرف، فن التحرير الاعلامي، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، 1987، ص 100) .

(1)Dominiock,jose ph R.,The Dynamics of mass communication, Mccrow – Hill, United states of Amrica, 3d, 1990 p.136- 138

المتحركة التي هي ((الواقع كما يجري – او – الواقع كما جرى)) فإنها تعني وصول معنى الاحداث مباشرة الى عقل المشاهد وقلبه[1]. وبمعنى اخرى فإن الأخبار التلفزيونية كما يقول المحرر السياسي للابناء في شبكة NBC الامريكية روان كونراد، بأنها ((ما يحدث وليست هي تصور المخبر او تفسيره، لما يحدث ... انها ببساطة ما يحدث))[2].

فبالرغم من ان المعنى ثابت في كل وسائل الاعلام، فأن الاسلوب المتبع في المعالجة وتوصيل المعنى الكامل والاثر الذي يتركه هذا الخبر او ذاك، ويقصد هنا بالاثر ((الاثر العاطفي)) بخاصة، فالعاطفة في الخبر التلفزيوني هي الصورة التلفزيونية، وكما يقول مارشال ماكلوهان ((مع الصورة يكون الاثر العاطفي..))[3].

وفي ذلك، يقول جان جبران .. ((ان محرري الاخبار في التلفزيون – يميلون الى تحويل المادة الاخبارية الى نوع من الاستعراض الذي يرضي ميول الانسان المعاصر، بحيث يسعون الى تخطي الحقائق الموضوعية الجافة في اتجاه خلق اجواء مثيرة ترافق هذه الحقائق وتجعلها اقرب الى الرغبة الانسانية العامة في ((مسرحه)) الاحداث واعطائها اما طابعاً مأساوياً مؤثراً او طابعاً مضحكاً ومفرحاً او شكلاً ترفيهياً مسلياً ..))[4].

وبهذا فقد اصبح للصورة التلفزيونية لغة خاصة تفوق في بعض الاحيان اللغة المنطوقة، ذلك ((ان قوة المعروض لا تكون عادة في المعقول، وانما في المصّور، بل في وسع الانتاج البصري ان يستغني عن الكلام ليؤدي وظيفة تبليغ الخطاب))[5].

---

(1) د. كرم شلبي، الخبر الاذاعي ،جده، ار الشروق، 1985، ص 81.

(2) اوستن راني، قنوات السلطة، ترجمة: موسى جعفر، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1986، ص 11 – 12.

(3) د. كرم شلبي، م. س. ذ، ص 77.

(4) جان جبران، الاعلام العربي الى القرن الواحد والعشرين، بيروت، دار الجيل، 1999، ص 63.

(5) عبد الاله بلقزيز، النظام الاعلامي السمعي – البصري الغربي والاختراق الثقافي، بيروت، اعمال الندوة الفكرية حول اشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية ،1997، ص 229.

وعليه، فيعد التلفزيون من اقوى وسائل الاتصال التي ظهرت في القرن العشرين وأفضل وسيلة اعلامية لنقل الاخبار، ((ذلك ان الاهتمام اليوم بدأ يتزايد باخبار التلفزيون، كما انها باتت تشغل اماكن متميزة وكبيرة بالنسبة لخريطة البرامج في التلفزيون، فالشخص العادي يشاهد يومياً ولمدة نصف ساعة من اخبار التلفزيون وبزيادة قدرها 50٪ عما كان عليه الحال منذ اكثر من عقد مضى، كما ان معدل المشاهدة بدأ يتزايد في السنوات الاخيرة ..))[1]، فالمادة الاخبارية المقدمة لها دور لا مثيل له من خلال الجاذبيةالمتميزة بها على باقي وسائل الاعلام الاخرى الى جانب – القدرة على تقديم الاحداث في مشاهد متكاملة .. فهو بطبيعته وسيط قادر على الاقناع، فقوته تكمن في انه يسبك الرأي ويقولبه بحسب صياغة خاصة..[2] فالصوت والصورة عاملان حيويان يلعبان دوراً مهماً في حياة الافراد اليومية والاعتيادية كما انهما يتصلان بالانفعالات المختلفة لكل فرد، ففي ذلك يؤكد الباحثون: ((على اهمية الصورة المتحركة بالنسبة للتلفزيون، فهو وسيلة مرئية في المقام الاول، وافضل قيمه الاخبارية قائمة على هذه الحقيقة وان الرؤيا اساس الاقتناع، وتزداد خطورة التلفزيون كجهاز اخباري حينما نعلم ان الانسان العادي يحصل على 98٪ من معارضة عن طريق حاستي السمع والبصر وتزداد الدهشة حينما نعلم ان المرؤ يحصل من هذه النسبة على 90٪ من معرفته عن طريق الرؤيا او البصر ..))[3]، لذلك تقول: الدكتورة جيهان رشتي ((بأن التلفزيون يعد من وسائل الاتصال المواجهي، لأنه يقدم المادة الاخبارية في وقت حدوثها))[4].

---

(1) محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، م. س. ذ، ص 127.

(2) فيليب تايلور، قصف العقول، ترجمة: سامي خشبة، الكويت، سلسلة عالم المعرفة (56)، المجلس لوطني للثقافة والفنون والاداب، نيسان، 2000، ص 376.

(3) محمد معوض، اخبار التلفزيون، الرياض، جهاز تلفزيون الخليج، سلسلة بحوثه دراسات تلفزيونية (1)، 1984، ص 7 – 8.

(4) د. جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1975، ص 344.

وانطلاقاً، مما تقدم – فلو حددنا الاثار التي يخلفها التلفزيون على الساحة السياسية، لوجدناها تتمثل بالنقاط الآتية:

1. ابراز قضايا على حساب اخرى.
2. هيمنة التلفزيون في توجيه الرأي العام.
3. تفسير الظواهر العالمية بحسب رؤية المسيطرين عليه والتحكم بردود الفعل.
4. اثاره الاهتمام بالقضايا الدولية، حيث خرج بالفكر السياسي من محدوديته الاقليمية.
5. طمس العديد من القضايا التي لا تهم الجهة المسيطرة على المؤسسات التلفزيونية لحساب قضاياهم))[1].

لأن التلفزيون، يعطي للمشاهد احساساً بالتوحد المعروض على الشاشة، من دون اعتبار لفارق الزمان والمكان عبر الصورة الفلمية وبكل ما تحمله من معاني التأثير والعقل..[2] فمن هنا، ((يأتي دوره لكي يشكل خريطة لهذه الرموز كما انه يعدل من دلالاتها باستخدام ما لديه من امكانات فنية..

أ. **الصورة**: تشكل الصورة اهم عامل جذب الاهتمام المشاهد حيث يميل الى تصديقها وتشكل قدرة في التأثير على عواطفه لما تمتع به من مميزات، فهي أقدر على التعبير من الاف الكلمات، واحسن الوسائل اقناعاً، فنحن نعلم اساساً ان الرؤيا اساس الاقتناع والرؤيا او البصر اهم او اكثر حواس الانسان استخداما في اكتساب المعلومات..

ب. **الصوت**: يلعب الصوت دوراً اساسياً في توصيل الرسالة الى المتلقي .. واول هذه الاساليب هو مضمون التخاطب والمتمثل في اللغة، والكلمة هي اساس اللغة وبدون اللغة لا يستطيع المرء ان يتعلم استخدام الرموز ومعانيها الفنية المتصلة بها ولا يصبح قادراً على التأثير ... وبالتالي، فأن الرسالة الاعلامية تحتوي على مضمون صوتي يتأتى باللغة وهو ذو تأثير مباشر لأنه يلخص ويفسر القيم

---

(1) فائق فهيم، التطور التاريخي للتلفزيون، الرياض، جهاز التلفزيون الخليج، 1083، ص 27 – 28.

(2) جان جبران، لغة الاعلام، بيروت، دار الجيل، 1986، ص 128.

الاخلاقية للرسالة، اما المظهر الاخر للصوت، فهو المؤثرات والتي تشمل على الموسيقى الصاخبة والمؤثرات الدرامية التي تحدث نوعاً من التأثير في نفسية المشاهد ..

ج. الكلمة المرقمة **Digital**: التي بحد ذاتها قد اقتصرت المساحات الكتابية وقلصت المسافات الزمنية، بل ولدت معها اساليب فنية جديدة في كيفية كتابة واعداد البرامج التلفزيونية من خلال التقنيات الحديثة، فالمشاهد قد اخذ في الوقت الحالي، مجالاً واسعاً للتمعن بما يرى وبما يسمع والتلذذ بعملية التعرض للبرامج التلفزيونية وبالذات الاخبارية عن طريق التقنيات الحديثة..))[1].

ولأن العمل التلفزيوني يتقبل عرض الموضوعات بصيغته الدرامية، ولأن الخبر التلفزيوني بطبيعة حاله هو رواية حدثت، فأنه يتقبل العرض الدرامي الذي يوفر له شيئاً من الشدة والتشويق والاثارة، اذ ان الفكرة التي تقول ان الرؤية مصدقة (Seeing is Beliving) وان الصورة الاخبارية المتحركة تستطيع ان تروي الخبر بطريقة درامية، فهي تقوم بتحريك الاهتمام، وحب الاستطلاع لدى المشاهدة كما انها تخلق لديه العديد من الانطباعات فضلاً عن انها الدليل الذي يعرض كيف تم الحدث؟ويروي لماذا تم؟ كما ان الصورة المتحركة تستطيع ان تقارن وان تظهر التناقض[2].

اذ تمثل المادة الصورية المعيار الاساس لأقتناء اخبار التلفزيون، وهو ما اضاف بعدا جديدا للتغطية الاخبارية وتأمين مصادرها، فقد لا تصلح الاخبار التي تشكل اهمية بالغة في الاذاعة والصحافة للظهور في التلفزيون احياناً عندما لا ترافقها تغطية صورية، وان تداخل العناصر المهمة في الخبر قد لا يكون ذا فائدة – بالنسبة للتلفزيون – ما لم يقترن ذلك بعنصر الصورة[3].

---

(1) د. جبار العبيدي، تقنيات التلفزيون الحديثة وشكل ومضمون البرامج التلفزيونية، صنعاء، مجلة متابعات اعلامية، العدد (51) 1996، ص 25.

(2) محمد محمود المرسي، العمل الاخباري في التلفزيوني، القاهرة، مجلة الفن الاذاعي، العدد (11) تشرين الاول 1986، ص 66.

(3) محمد معوض، اخبار التلفزيون، م.س.ذ، ص 63 – 64.

وعليه فإن لنوع اللقطة في الخبر التلفزيوني التأثير الكبير على تحقيق هدف الخبر ذاته – اذ تعبر كل لقطة عن مدلول معين، فوظيفة اللقطة التلفزيونية القريبة جداً والقريبة او الكبيرة، هي ليست كاللقطة التي تؤخذ من الاسفل او بمستوى النظر، ذلك ان الخبر التلفزيوني يأتي على شكل مجموعة من اللقطات السريعة المتتالية والمترابطة، ويبلغ طول اللقطة القصيرة ثواني محدودة في حين تستمر لقطات الحدث الاخباري التي تشكل المادة (الفلمية) للخبر عدة دقائق..[1] مع الاخذ بنظر الاعتبار – ان العديد من الاحداث والظواهر الحقيقية تفقد الكثير من مضامينها على الشاشة عند نقلها المجرد وبمساعدة الوسائل المرئية (بدون تعليق) وبدون التدخل المباشر لفكرة المخرج وكاتب النص[2].

وهنا لا يمكن للخبر التلفزيوني ان يستغني عن الصورة مثلما لا يحبذ للصورة ان تستغني عن الكلمة، فمن النادر ان تحكي الصورة كل القصة، اذ لا بد لها من ان تستكمل بالكلمات، وفي بعض الاحيان – فأن ما توضح عنه الصورة ليس هو الذي حدث حقيقة ولا بد عندئذ من شرح حصيلة الامر[3].

الى جانب ذلك، فإن اداء المذيع يضفي على الخبر التلفزيوني شيئاً من طابع المحاضر والممثل، وكما يقول توماس بيري: يجب ان يشير ويلوح بيده ويبتسم، كما يجب ان يكون على العموم جذابا لجمهوره ..[4] فالحياة، بصورة عموما مجموعة متناسقة من العلاقات بين البشر من خلال اساليب الاقناع والترغيب والمتعة والاتصال لتشير الى الفعل المتحقق من خلال شخص او اشخاص عبر الاستلام و التسليم للرسالة، فادراك المذيع لذلك ولاسيما (التلفزيوني) مع فهمه لأهمية تطوير نفسه عبر الافادة، من التجارب التي يقوم بها وتجارب الاخرين والقراءة المستمرة التي تجعله متجدداً و فاعلاً ومؤثراً في حياة مشاهديه، وفي هذا الصدد – يشير ستيورات هايد

(1) Edwin Emery: International mass communication, Newyork, 1970, p.85.

(2) د. سعد لبيب – د. كرم شلبي، الصحافة الاذاعية، بغداد، دار الحرية للطباعة، 1972، ص 128.

(3) د. عبد العزيز شرف، فن التحرير الاعلامي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987، ص 356.

(4) المصر نفسه، ص 358.

إلى ضرورة تطوير المذيع لشخصيته بحيث تكون شخصيته جذابةوهي التي تأتي من خلال الفطنة والذكاء والذوق السليم في طبيعة التعامل في ضمن الاتصال[1].

مصادر الأخبار التلفزيونية :

ان مصادر الاخبار التلفزيونية* متعددة، ذلك ان التلفزيون يتفرد دون وسائل الاعلام الاخرى بمصادر يحصل من خلالها على مادته الاخبارية المصورة كونه وسيلة مرئية Medium Visual فضلاً عن ذلك، يعد الوسيلة الفريدة التي لديها القدرة على عرض الحدث ووقائعه بالصورة الحية او المتحركة المرئية، كما انه يشارك وسائل الاعلام الاخرى في الحصول على الاخبار غير المصورة (المقروؤة).. وبمعنى اخر، ان مصادر الاخبار في التلفزيون مماثلة لمصادر وسائل الاتصال الاخرى، فالباحثون يقسمون مصادر المادة الاخبارية الى مصادر خارجية (عالمية) واخرى (داخلية) محلية او قومية او وطنية، فمن اهم المصادر التي يعتمدها التلفزيون، هي:

1. ((طاقم التغطية الاخبارية التلفزيونية T.V. News Crew - ويتولى تغطية اهم الاحداث المحلية او العالمية التي تقع داخل او خارج حدود الدولة، فهي تعد الاساس في تصوير اية اخبار تلفزيونية مهما كان مصدرها، فطاقم التغطية الاخبارية يتكون من: المندوب Reporter او المراسل – correspodent - والمصور Cameraman ومسجل الصوت Re - sound cordist وموزع الاضاءة))[2].
2. ((وكالات الانباء – وتعد المصدر الرئيسي لاخبار الراديو او التلفزيون في تزويدهم بالاخبار من خلال اجهزة الخدمة الاخبارية المتطورة عبر الاقمار الصناعية، وذلك

(1)Stuart W. Hyole Televsion and Radio Announcing , Boston: Houghton Mifflin company, 1979, P. 47.

* وللمزيد انظر: د. اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص34 ما بعدها.

(2) محمد معوض – بركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي والخبر التلفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 1996، ص 79 – 80.

من خلال وكالات الانباء العالمية المعروفة ((AP – رويترز AFP – UPI – تاس))
الى جانب ذلك، هناك العديد من وكالات الانباء الاقليمية (شبه الدولية) مثل وكالة الانباء الالمانية ووكالة الانباء الاسبانية ووكالة انباء الشرق الاوسط، والخدمة الاخبارية المقدمة من هذه الوكالات تكون على مدار اليوم..[1]

3. وكالات الانباء العالمية الفلمية (المصورة) – وتعد ايضا عنصراً مهماً ومصدراً اساسياً من مصادر الاخبار التلفزيون، والتي لها دور في اثراء المادة الاخبارية في نشرات الاخبار في التلفزيون دون غيره من وسائل الاعلام الاخرى، حيث تقدم تغطية واسعة للاحداث المهمة وفي تدفق المواد الاخبارية المصورة، ((فهي الان اصبحت مصدراً هاماً من مصادر الاخبار المصورة عبر الاقمار الصناعية بالدرجة الاولى – فمحطات التلفزيون تعتمد على معظم المواد الفلمية الاخبارية من قبل هذه الوكالات العالمية، ومن اهم هذه الوكالات ((وكالة فيزنيوز الانكليزية vis news ،[2] ووكالة WTN ثم وكالة رويتر التي بدأت خدماتها المصورة بشكل متطور والخدمة التلفزيونية الاوربية E.Te.S هذا فضلا عن بعض الوكالات الاخرى المصورة، مثل ((جاما – سيجاما)) الفرنسيتين والتي تقدم تغطية فوتغرافية لأهم الاحداث بالصور الثابتة[3]، ووكالة C.B.S الاميريكية والخدمة التلفزيونية في الوكالة الالمانية DPA[4].

4. التبادل الاخباري New-sexchange، سواء كان ذلك التبادل على المستوى الثنائي بين دولتين او بين عدة دول، يتم ذلك باستخدام شبكات البث الالكتروني عبر الاقمار الصناعية او شبكات المايكروويف او ما يعرف بشبكات الاخبار السلكية Cablenews Network او عن طريق الشحن الجوي AirFreignt

---

(1) د. حسن عماد المكاوي، م. س. ذ، ص 93 – 94.

(2) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 110.

(3) المصدر نفسه، ص 80.

(4) محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، م. س. ذ، ص 136.

shipment ، وهناك التبادل الاخباري المنتظم الذي يتم يوماً Daily او غير المنتظم على فترات متقاطعة غير منتظمة))[1].

وبموجب ذلك، ((يعد التبادل الاخباري الدولي بمثابة نافذة يعرض التلفزيون من خلالها ما يجري في العالم الخارجي من تطورات سياسية واقتصادية واجتماعية على مئات الملايين من المشاهدين، ويهدف الى تقديم خدمة اخبارية افضل سواء من حيث السرعة في بث الانباء او المعلومات، او من حيث اثراء النشرات و العروض الاخبارية التلفزيونية وتزويدهم بأهم الاخبر العالمية المتنوعة ..))[2].

5. المندوبون والمراسلون Reporters and cores pondents: تختلف اهمية الاحداث على وفق شعور كل مندوب، وهذا يعتمد على خبرته واتجاهاته.. اما المراسل، فهو مندوب المحطة في الاماكن الجغرافية البعيدة الذي يقوم بتغطية الاخبار بحسب القيم السائدة للاخبار في المحطة التي يعمل فيها[3].
6. ملف الاخبار المستقبلية Future File: وهو مفكرة تعمل التواريخ وايام الشهر (يدوّن) لها الاحداث المرتقبة في الصفحة الخاصة باليوم والتاريخ من خلال الرجوع اليها قبل موعد الحدث بيوم على الاقل[4].
7. التقاط الاخبار من المحطات الاخرى: ويتم ذلك عن طريق الاستماع او الانصات ومتابعة ما تقدمه محطات الاذاعة في اهم العواصم العالمية من نشرات ومواجيز وتعليقات وبرامج اخبارية اخرى[5].
8. مصادر اخرى للاخبار المقرؤة: هناك العديد من المصادر التقليدية التي يستخدمها التلفزيون في الحصول على اخباره غير المصورة، وهي ..

---

(1) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 80.

(2) محمد معوض، مدخل الى فنون العمل التلفزيوني، م. س. ذ، ص 134، نقلاً عن .. مصطفى عبد الفتاح، التبادل الاخباري التلفزيوني على المستوى العربي، القاهرة، كلية الاعلام، رسالة ما جستير غير منشورة 1980، ص 277.

(3) د. حسن عماد المكاوي، م. س. ذ، ص 104 – 105.

(4) المصدر نفسه، ص 106.

(5) د. كرم شلبي، م. س. ذ، ص 57.

- الاستماع السياسي، الذي يعد من المصادر المهمة للاخبار الفورية ، أي الاحداث المهمة كوفاة رئيس دولة او اندلاع حرب او وقوع انقلاب او قيام ثورة في بلد ما ..
- الدوريات Periodicals " صحف – مجلات " : وتعد ايضاً من المصادر الفرعية التقليدية من مصار اخبار التلفزيون، فهو يقتبس الكثير من الاخبار المحلية ، وتذاع بطريقة فنية صحيحة مناسبة ، كما انها تعد ايضاً من لامصادر المهمة للبرامج الاخبارية ..
- النشرات الصحفية والمطبوعات News-releases: وهي تصدر عن الهيئات والوزارات متضمنة اخبار وانشطة لمختلف هذه الدوائر او الهيئات..
- التعليمات والتوجيهات الرسمية: ويقصد بها كل ما يريد الى حجرة الاخبار من مصادر غير طبيعية مثل كبار المسؤولين والمكتب الصحفي لشخص ما ، والتي تشكل توجيها أو تعليما بخصوص خبر من الاخبار سواء بالمنع او الحذف او التأجيل او التكرار او تعديل الصياغة او حذف فقرات معينة منه..))[1].

(1) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م.س.ذ ، ص 144 – 146.

المبحث الثاني

البرامج الأخبارية التلفزيونية

أهميتها – مفهومها – مكوناتها (عناصرها)

ان الاتصال عموما يتمثل بنقل او بث او تبادل مضامين محملة بالمعلومات والافكار والقيم، أي تعميم المعارف للجماهير كافة وبمختلف الوسائل عبر تحويل تلك المعلومات والافكار والقيم الى لغة يفهمها الطرفان (المرسل والمستقبل) والتي تطورت فيها عملية النقل في كل شكل اتصالي تعززه المستحدثات التكنلوجية المستخدمة[1].

فالصحافة المكتوبة التي كانت حينها في السابق تعد الوسيلة الوحيدة لتقديم المادة الخبرية الا انها لم تك على امكانية تقديم الاخبار اولا بأول، الامر الذي دفعها الى تقديم ما يتبع الاحداث من تحليلات وتقارير لتزيد من قوة الحدث وربطه باحداث متوقعة مستقبلية او غير مستقبلية جانب المواد الاخرى المنشورة ثم استطاعت الاذاعة ايضاً تثبيت حضورها القوي في تغطية الاحداث وكمصدر ايضاً مهم في تغطية الاحداث ففي الانطلاقة الاولى للبرامج الاخبارية التي اطلق عليها تسمية (البرامج الاذاعية) او الصحافة الاذاعية بحيث ادخلت ضمن نطاقه الصحافة التلفزيونية ولما قدمته الاخيرة من تغطية حية مباشرة للاخبار الدولية والقومية، إذ تعتبر البرامج الاخبارية في خطط المحطات والشبكات التلفزيونية (سفينة القيادة)

---

(1) د. رضا لنجار، الجدل السمعي حول المجال السمعي - البصري، تونس، مجلة اذاعات عربية، العدد (2)، 1994، ص 20 – 22.

من مجمل الانتاج التلفزيوني فهي توضح هوية القناة وتزيدها قوة وتلعب دوراً استراتيجياً في جذب الجمهور لمشاهدة البرامج الاخرى[1].

فكانت البرامج التي تساعد على الاطلاع على العالم الحقيقي المعاصر يطلق عليها(البرامج الواقعية) اما البرامج التي تخلق نوعاً من الخيال و التقمص أي بمعنى آخر، الهروب من الواقع ومن الضغوط النفسية والاجتماعية يطلق عليها بـ(البرامج غير الواقعية)[2].

وقبل الدخول في ماهية البرامج، لابد من توضيح اصل كلمة برنامج ان مفهوم البرنامج Programme كما ورد في معجم المصطلحات الاعلامية يعني كل ما يبث بالاذاعة او لوصف شيئاً في الاذاعة والتلفزيون، كما انه لابد من الاشارة، الى انه شكل فني يشغل مسافة زمنية محدودة له اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابته يومياً او اسبوعياً او كل أسبوع او شهر، ليعرض مادة من المواد الفنية او الثقافية او العلمية .. الخ مستمر في ذلك كل او بعض الفنون الاذاعية من شرح وتعليق و حوار وندوات ومقابلات[3]، ويذكر ايضاً بانها تعني منهاج، نشرة، وتأتي مبرمج، أي يضع برنامجاً، وايضاً مبرمج Programmed [4]، ويقصد بهذه الكلمة كذلك، مختصر لما تنوي القيام به من عمل او ترتيبات ما قبل الخطة الخاصة بالاجراءات كما هو الحال في برنامج الادارة و البرامج المنقولة عبر الاذاعة والتلفزيون[5].

---

(1) جون كورنل، التلفزيون والمجتمع، ترجمة: د. اديب خضور، دمشق، سلسلة المكتبة الاعلامية، 1999، ص 70.

(2) د. رضا النجار، م. س. ذ، ص 20.

(3) د. كرم شلبي: معجم المصطلحات الاعلامية، جده، دار الشروق، 1989، ص 471.

(4) د. منير البعلبكي، قاموس المورد، بيروت، دار العلم للملايين، 1984، ص 728.

(5) Webster's New Twentith centuray Dictionary collins, World and addition, U.S.A 1978. " V. Sm "" program " P. 1438.

وذكرت هذه المفردة ايضاً (program music) وتعني الموسيقى التصويرية وهي موسيقى يقصد بها ان توحي سلسلة من الصور، او المشاهد او الاحداث[1]، وهي تعني ايضاً موسيقى تستخدم الادوات التي تنفذ موسيقى راضية المعتمد[2].

وكلمة برنامج تعني الهيكل النمطي الذي يتخذه البرنامج في كل مرة تذاع فيه حلقة منه، بمعنى انه رسم هيكلا للعناصر المختلفة التي يضمها البرنامج على الرغم من ان كل عنصر من هذه العناصر قد يتغير من اسبوع الى اسبوع، الا ان الشكل النهائي يبقى ثابتاً في كل مرة يذاع فيها البرنامج[3] اما الدكتور نواف عدوان فيعرف كلمة البرامج الاذاعية والتلفزيونية ((لغوياً – بأنها بث مواد ومضامين متنوعة الى مختلف فئات الجماهير المستمعين والمشتهدين، كما تعني ايضاً بث برامج محددة الى جمهور محدد من قبل اذاعة محددة)) وبمعنى اخر، فالبث الاذاعي – عبارة عن وحدة الاصوات والصورة معاً، وتشمل مختلف الميادين ولاسيما منها ميادين الاعلام[4]، في حين ان مفهوم البرنامج التلفزيوني يعني ((فكرة تجسد وتعالج تلفزيونياً باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل امكانيات الوسائل الاعلامية، وتعتمد اساساً على الصورة المرئية سواء كانت مباشرة او مسجلة على افلام بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جوانبها خلال مدة زمنية محددة))[5].

وبصورة عامة فأن لكل برنامج – أربعة أبعاد على الأقل هي:

1. الهدف، من البرنامج الذي يتراوح ما بين الاعلام والترفيه والتثقيف والتعليم وما الى ذلك.

---

(1) منير البعلبكي، م. س. ذ، ص 728.

(2)Britanic Encyclopedia. Chicago, University of Chicago, U. S.A. M. (program music). 1986. P. 720.

(3) ادوارد ستاشيف، وردي بريتز، برنامج التلفزيون – انتاجها واخراجها، القاهرة، مؤسسة سجل العرب، بدون تاريخ، ص 63.

(4) د. رضا النجار، م. س . ذ، ص 30.

(5) د. محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، م. س. ذ، ص 115.

2. الشكل، الذي يتراوح ما بين الدراما والمنوعات والبرنامج التسجيلي او الوثائقي والحديث والفيلم والتعليق الى اخر هذه الاشكال.
3. المضمون، او محتوى البرنامج وما يحمله من قيم وافكار ومعلومات.
4. الجمهور المستهدف، في كل برنامج .. فالخدمة التلفزيونية، تستهدف التأثير في القطاعات المختلفة للجمهور، ولكن هناك برامج تستهدف قطاعت معينة من المجتمع او الذي يتذوقون الواناً خاصة من الفنون))[1].

وبما ان الفنون الاذاعية (المسموعة والمرئية) قد شهدت تطوراً كبيراً في مجال تعدد البرامج وتنوعها وتحددت لكل نوع من هذه البرامج خواصه وصفاته واشكاله الفنية، لذلك يمكن تصنيف البرامج الاذاعية طبقاً لوظائفها، ((الى ...

1. برامج اخبارية: وتتمثل في نشرات الاخبار الرئيسة والمختصرة والنشرات الجوية ونشرات مستوى الانهار وحالة البحار وتقارير وتعليقات الصحفيين والمراسلين والتحليلات الاخبارية والاخبار الاقتصادية ..
2. برامج تثقيفية: وهي البرامج المختلفة التي تناول مواضيع اخبارية في مجالات الادب والفن والفيلم والمسرح وعروض الكتب العلمية والقصص والروايات والمسلسلات والبرامج الدينية ... الخ.
3. برامج ترفيهية: وتشمل برامج المسابقات والموسيقى والغناء والتمثيليات والمجلات الاذاعية والمنوعات ... الخ))[2].

وعنى ما تقدم، فإن الوظيفة الاخبارية تختص بما يقدم للجمهور من اخبار، أي يحصل من خلالها على مادة اخبارية صرفة دون أي تغير لذلك فهي تشترط ثلاثة عناصر هي:

---

(1) المعايير الاحصائية الموحدة لتحليل البرامج في التلفزيونات الخليجية والعربية، الرياض، سلسلة بحوث و دراسات تلفزيونية (8)، جهاز تلفزيون الخليج، 1983، ص 14 – 15.

(2) د. عبد العزيز الغنام، مدخل الى علم الصحافة، ج3، ،القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1983، ص 80، وللتفاصيل انظر: المعايير الاحصائية الموحدة لتحليل البرامج في التلفزيونات الخليجية والعربية، الرياض، جهاز تلفزيون الخليج، 1983، ص 27 وما بعدها.

1. التكامل، ويعد من اولى العناصر المهمة من خلال متابعة الخبر من لحظة وقوعه حتى نهايته، والبحث ايضا عن العناصر المكملة له سواء عن طريق الكتب والارشيف كما ان طريقة عرض الخبر تختلف بحسب طبيعة كل وسيلة اعلامية.
2. الموضوعية: وهي من المبادئ المهمة في تحرير الخبر، وتلعب وسائل الاعلام المختلفة دوراً مهماً في تكامل الخبر والوصول به الى الموضوعية من خلال تناولها الخبر والتي تساعد على تعدد الخبر والتعليقات عليها..
3. الوضوح: تؤدي هذه الوظيفة دوراً مهماً في فهم المحتوى))[1].

في حين ان منظمة اليونسكو قد قدمت تقسيماً، قسمت من خلاله فئات البرامج على ضوء الفئات التي تخاطبها واحياناً على ضوء القوالب الفنية التي تستخدمها[2]، كان من بينها الاعلام الذي احتوى على نشرة الاخبار والتعليق واخبار خاصة محلية واعمال عمومية واخبار عمومية ووثائق[3].

مكونات البرامج الاخبارية:

ان أي برنامج اذاعي او تلفزيوني يتكون، من ..

1. الكلمة الاذاعية، وتمثل المحور الاول في تكوين البرنامج الاذاعي، بل وفي احداث تفاعل بين طرفي عملية الاتصال شرط ان تكون معروفة من قبل الطرفين، وتنقسم، الى: ملموسة، تشير الى شيء او نوع معين من الاشياء ومجردة تشير الى صفات او نوعيات فهي تحمل معاني محددة واضحة المعالم يمكن الشعور او الاحساس بها، فاختيار الكلمة المناسبة يؤدي الى نجاحها وفي احداث الهدف المطلوب منها..

(1) د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج1، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ط2، 1977 ص 241 – 244.

(2) فلاح المحنة، البرامج الاذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد، 1988، ص 128.

(3) د. نواف عدوان، نحو تصنيف موحد للبرامج التلفزيونية، بغداد، مجلة البحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، العدد (4)، 1988، ص 32.

2. الموسيقى: وتمثل ايضاً دوراً حيوياً في البرامج الاذاعية وخاصة في الراديو كالبرامج الموسيقية والدرامية وغيرالدرامية وكحلقة وصل للربط بين البرامج وكخلفية اثناء الحديث الاذاعي او كمؤثرات صوتية عقب كل كلام او أثنائه..))[1].

3. الصورة التلفزيونية: ان الصورة التلفزونية، اصبحت تقوم مقام الكلمة في مخاطبة المشاهد مماجعلت التلفزيون يتميز عن باقي وسائل الاعلام الاخرى فما يتميز به هو انها تلغي اللغة وتصنع لنفسها لغتها الخاصة ذلك ان قوة المعروض لا تكون في العادة في المقول وانما في المصّور، بل في وسع الانتاج البصري ان يستغني عن الكلام ليؤدي وظيفة تبليغ الخطاب وبناء الوجدان[2].

فالعمل الاخباري في التلفزيون يتميز بتعدد شكل او قالب البرنامج المستخدم بحسب طبيعة الهدف المراد منه، فمنها ..

1. **النشرة الاخبارية***: وتعد من اول اشكال البرامج الاخبارية فأولوياتها ترجع الى انها تمد الجمهور يومياً ولعدة مرات باخبار اهم الاحداث الجارية[3]، لذلك فأنها تعرف بـ(تلك البرامج التي تهدف الى الاخبار عما يحدث الان على مستوى المجتمع المحلي وعلى مستوى الوطن وعلى مستوى العالم) ذلك لأنها لا تفسر الاحداث او تتعرض لمغزاها لأنها من مهام باقي البرامج الاخبارية الاخرى (التعليق – التحليل – التقرير .. الخ)[4]، وهنالك عدة انواع من النشرات الاخبارية، فمنها العامة التي توجه الى المجتمع كله والتي تتضمن اخبار متنوعة سواء كانت داخلية او خارجية وهنالك النشرات المتخصصة سواء على اساس الجمهور

(1) د. عبد العزيز الغنام، م. س. ذ، ص 9 – 13.

(2) عبد الاله بلقزيز، م. س. ذ، ص 229.

* للتفاصيل نظر: د. كرم شبلي، معجم المصطلحات الاعلامية، م. س. ذ، ص 392.

(3) د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة ، ج2، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ط2، 1977، ص 20.

(4) د. كرم شبلي، الخبر الاذاعي، م. س . ذ، ص 61.

المستهدف ام على اساس النطاق الجغرافي، فالجمهور المستهدف المقصود به (العمال والفلاحون و الباحثون و رجال الاعمال و الادب..)[1]، ونشرات الاحوال الجوية والاخبار الاقتصادية وتضم النشرة عددا من الاخبار التي تخضع للانتقاء على ضوء سياسة المحطة وتقييمها للاخبار، وعلى ضوء الوقت المحدد للنشرة، اما الاخبار التي تتضمنها النشرة فأنها تخضع لعامل الترتيب والوقت الزمني المخصص لكل خبر في اشكال مختلفة داخل النشرة الواحدة، فيقدم الخبر مقروءاً بصوت المذيع او بواسطة تقرير مراسل او مقابلة اخبارية سريعة تتضمن تصريحات لأحد المسؤولين[2]، أي ان النشرة الاخبارية في التلفزيون تتكون من اخبار لفظية واخرى مزدوجة من الفاظ وصور (لشخص او موسومة او خريطة) فأستخدام ذلك يتوقف على اهمية الخبر نفسه[3]، ومن جهة اخرى يشترط من نشرة الاخبار ان تتوزع اخبارها أي ان لا تكون مقتصرة على وتيرة واحدة من الاهمية في الموضوعات الخبرية وايضا ضرورة التنوع في الخبر الزمني الذي تمثله هذه الاخبار على اختلافها[4]، وهو ما تلجأ اليه المحطات التلفزيونية الاخبارية من عمل آلية لجذب انتباه المشاهدين عبر تقديم موجز عناوين النشرة الاخبارية وباستخدام مذيعين الاول متطور والاخر غير منظور (أي تعليق صوتي Voice over)[5].

ومن هنا تلجأ المحطات التجارية الاخبارية الفضائية الى الاهتمام بالنشرات الاخبارية فهى تزيد من حجم الجمهور للمحطة من جهة ومن جهة اخرى تعمل على كسب ثقته وولائه بل وارتباطه بها واضافة الى ذلك اعطاء النشرة اهمية خاصة بحيث لا يدخل اي اعلان تجاري بها و الا فقدت النشرة اهميتها ومن ثم تخسر

---

(1) محمد معوض - بركات عبد العزيز، م.س.ذ، ص 9.

(2) د. كرم شبلي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جده، دار الشروق، 1987، ص 125.

(3) د. عبد العزيز الغنام ، مدخل في علم الصحافة، ج2، م.س.ذ، ص 20.

(4) يوسف مرزوق، الخدمة الاخبارية في الاذاعة الصوتية، الاسكندرية، سلسلة بحوث ودراسات اعلامية، دار المعرفة الجامعية، ص80.

(5) فالد سميث، مسح عام لانماط العمل الاخباري على اساس تجارب الصحف والراديو والتلفزيون، بغداد، مجلة الفنون الاذاعية، معهد التدريب الاذاعي، العدد، (9)، كانون الاول، 1975، ص 33.

الجمهور مما يدعوها الى الالتزام بذلك عبر وضع قيود على نشراتها الاخبارية من حيث عدم ادخال الاعلانات في داخلها او حتى دعاية مباشرة او غير مباشرة لأي مشروع او شخص[1]، وخير مثال على ذلك، شبكة الاخبار العربية من خلال تقديمها نشرة اخبارية على مدار الساعة مع الحفاظ على هوية النشرة الاخبارية.

2. **موجز النشرة:** وهو((مجموعة مختصرة من الاخبار تقدم عدة مرات على مدار فترة الارسال في توقيت ثابت ويركز عادة على اهم الاحداث وآخرها، اما عرض الانباء الذي هو عبارة عن مجموعة من الاخبار تقدم مرة واحدة خلال فترة الارسال وفي توقيت ثابت يكون عادة قرب انتهاء هذه الفترة، فعرض الاخبار، هو مجمل لأهم الانباء المقدمة طوال فترة الارسال ويختلف عرض الانباء عن النشرة في انه ليس له موجزاً او ملخصاً للاخبار الهامة كما ان الاخبار به اقل في التفاصيل وبالتالي في المساحة الزمنية عن الاخبار التي بالنشرة كما ان يقدم عادة مرة واحدة خلال فترة الارسال اما النشرة فانها تقدم اكثر من مرة))[2]، وبذلك فأن تحرير الاخبار الموجزة بنبغي ان يكون بمثابة (عنوانات) للاخبار المهمة والرئيسة التي سبق تقديمها، فضلاً عما يكون قد ورد من اخبار جديدة، على ان تقدم هي الاخرى بايجاز شديد[3].

والى جانب ذلك هناك مجموعة من الامور التي ينبغي مراعاتها في تحرير مواجيز نشرات الاخبار وهي:

أ. يجب ان يتضمن الموجز الفكرة الاساسية فقط لأهم انباء النشرة.

ب. التعبير عن الفكرة الاساسية للخبر الواحد.

ج. عدد انباء الموجز يتوقف على عدد الانباء المهمة في النشرة، على ان يكون متوسط عدد ابناء الموجز خمسة اخبار [4].

---

(1) سعد لبيب – كرم شلبي، م. س. ذ، ص 11 – 12 وللتفاصيل انظر: د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، م. س. ذ، ص 392.

(2) محمد معوض _ بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 10.

(3) د. كرم شلبيي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، م. س. ذ، ص 127.

(4) يوسف مرزوق، مدخل الى حرفية الفن الاذاعي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1975، ص 35.

3- **التقرير الاخباري**: يعرفه معجم المصطلحات الاعلامية باءنه ((سرد الملاحضات والتفاصيل حول واقعة معينة من خلال وجهة نظر الكاتب او المحرر ومن ثم فهو ليس مجرد سرد للخبر لان الخبر ينبغي ان يسرد بموضوعية كما حدث وليس من وجهة نظره هو ..))، فهدف التقرير الاخباري تقريب الاحداث الآنية ومحاولة اغنائها وتوضيحها ميدانياً عن طريق كشف جوانبها غير الظاهرة وملابساتها مثل تدوين ملابسات حادث مروع او نقل احداث حرب اقليمية[1] ،وبعبارة اخرى، فهو نوع صحفي و اخباري مهمته نقل جوهر الحديث بسرعة وديناميكية وبأقصى قدر ممكن في الواقعية، فكاتبه دائماً يقدم المعلومات مباشرة، كما انه يقوم بدور الشاهد او المشارك في الحدث، ذلك ان التقرير التلفزيوني ((يقدم السياق الواقعي للحياة خارج الاستديو في الزمان والمكان الواقعيين))[2]، وبذلك فإن التقرير يتميز بعدة سمات هي:

أ. تصوير الحوادث الجديدة والتأويلات التي يقدمها معد البرامج.

ب. العرض الديناميكي او العرض السريع المتغير.

ج. الوصف والتسجيلات الصوتية والوثائقية[3].

وبالرغم، من ان اعتماد التقرير الاخباري على النقل الحي للحدث فضلا عن النص المكتوب وبأسلوب يتسم بالجاذبية والاثارة، فأنه يتطلب الوقوف على اهم العناصر المكونة له، وهي:

أ. الكلمات الحية او التعليق الصوتي الذي يصف به مقدم الريبورتاج ما يراه او ما يشرح به الصورة.

ب. المقابلات التي تجري مع الشخصيات المشاركة في الحدث او المناسبة.

(1) جان جبران، الاعلام العربي الى القرن الواحد والعشرين، م. س. ذ، ص61.

(2) ر.أ. بورريتسكي – أ يو رفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة: ابتسام عباس علوان – مراجعة وائل العاني، بغداد، منشورات وزارة الثقافة والفنون، سلسلة الكتب المترجمة (39) 1978، ص 127.

(3) فلاح المحنه ،م. س. ذ، ص 282.

ج. التسجيلات الصوتية او المصورة ذات الصفة الوثائقية المتصلة بموضوع الريبورتاج))[1].

د. الموسيقى: وهي عنصر مهم ومساعد في اعطاء المسحة التعبيرية اللازمة لكل كلمة في التقرير، اذ تهدف الى التعبير عن فكرة او رسم جو مقصود لتساعد على اكمال الصورة المطلوبة وتحريك عملية التمثيل او المعايشة مع الحدث عبر الانتقال من ايقاع معين الى ايقاع اخر للخروج من رتابة الموضوع او الحدث الاخباري[2]، فبواسطة تلك العناصر يمكن الخروج بصيغه مميزة لكتابة التقارير فهي تخلق قوة حيوية للمتلقي سواء اكان مستمعاً ام مشاهد بكيفية تصوير الحوادث، فقد أكدت تجارب العديد من خبراء الاعلام على ان ((أنجح التقارير هي التي يجري تسجيلها في اماكن الاحداث نفسها، فهي تقدم لنا وصفاً حياً في نفس مكان وقوع الحدث ..))[3]، ومن اجل ذلك، يستلزم الريبورتاج مراعاة، ما يلي:

أ. **الحيوية**: لا بد ان يشعر المتلقي (مستمع او مشاهد) بالحياة النابضة في كل لحظة من لحظات الحدث.

ب. **العرض المختصر**: بغية اعطاء الحيوية والسرعة المطلوبة فلا بد من الاختصار واختيار الكلمات والعبارات المؤثرة على المتلقي وبأسلوب وصياغة سليمة خالية من العموميات بحيث تؤدي في نهاية الامر الى الملل.

ج. **المعايشة**: ان كاتب ومعد ومقدم التقرير هو شاهد عايش الحدث وبدء يقصه على المتلقي بسهولة ومباشرة وكأنه يتحدث الى صديق له لم يشاهد الحدث من خلال اشعاره بأنه في مكان الحدث اثناء وقوعه.

---

(1) د. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، م. س . ذ، ص 182.

(2) فلاح المحنه، م. س. ذ، ص 292.

(3) ايوار تريكيل واخرون، الريبورتاج الاذاعي، ترجمة: حافظ القباني، بغداد، دار الحرية للطباعة، 1973، ص 14.

د. **الواقعية والالتزام:** من خلال اختيار الكلمات والالفاظ الدقيقة الملموسة وان يتحاشى العبارات الجوفاء والرنانة، كما عليه ان يصف المسميات باسمائها[1].

4. **التحليل الاخباري:** ويقصد به ايضاح وتفسير لبعض جوانب او فكر و اجابة على بعض ادوات الاستفهام بعد قراءة نبأ او موضوع يحتاج الى اضافة ابعاد اخرى تربطه بجذور تاريخية وانسانية مكانية[2]، وبمعنى اخر، ان التحليل هو شرح الخبر ومقابلته بالاخبار الواردة في الموضوع ذاته واضفاء معلومات توضحه وتشرحه دون ابداء وجهة نظر معينة[3].

وبذلك، فهو يتطلب وصف الجو العام للحدث وللظروف والمكان الذي وقع فيه وكيفية وقوعه ووصف الاشخاص الذين ذكروا فيه او سرد بعض معالم حياتهم المهمة المتعلقة بالحدث وتحليل الدوافع المختفية وراء الحدث وذكر النتائج التي قد تترتب عليه[4]، أي عرض الحقائق حول الخبر الذي لولاه لن يتم تحليل أي خبر كما يلزم كاتبه الا يكون منحازاً بل ان مهمته هي شرح وتفسير وتبسيط المعاني الواردة في الخبر[5]، ويقسم التحليل الى نوعين ..

أ. تحليل عام، وفيه تعالج احداث مختلفة في مجال محدود من الوقت.

ب. تحليل خاص، وفيه يعالج حدث آني الاهمية يحدد بموضوع معين سواء في مجال الاقتصاد او العلوم او الرياضة[6].

5. الجريدة والمجلة الاخبارية: ان الجريدة عبارة عن شكل جديد من اشكال البرامج الخبرية التي تتناول الاحداث التي وقعت على مدار اليومين من خلال الاخبار

---

(1) فلاح المحنه، م. س. ذ، ص 291.

(2) د. اجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1973، ص 150.

(3) يوسف مرزوق، مدخل الى حرفية الفن الاذاعي، م. س. ذ، ص 135.

(4) فلاح المحنة، م. س. ذ، ص 265.

(5) يوسف مرزوق، مدخل الى حرفية الفن الاذاعي، م. س. ذ، ص 135.

(6) فلاح المحنه، م. س. ذ، ص 265.

الموجزة والحوار والحديث المباشر ورسائل المستمعين .. الخ وغير ذلك من الاشكال الاخبارية و التي تقدم باسلوب يتخذ مقومات الجريدة المطبوعة، اما المجلة الاخبارية، فتقوم على اسس الجريدة الاخبارية نفسها ولكنها ذات دورية متباعدة كأن تكون اسبوعية او نصف اسبوعية او شهرية أي انها تتعامل مع اهم الاحداث التي وقعت في اثناء هذه المدة[1].

ذلك ان المجلة الاخبارية تتناول الاحداث بالشرح والتفسير سواء اكان لموضوعين او ثلاثة متخذة من الفنون الاخبارية التي ذكرت سابقاً طريقاً في كيفية التناول فقد تعتمد على التقرير او الحوار او الندوة بما يناسب طبيعة كل حدث، هذا من جانب، ومن جانب اخر، ان هذا النوع البرامجي لا يستخدم فقط في خدمة الاحداث الجارية بل يستخدم لتحقيق اهداف اذاعية مختلفة (تعليمية، تثقيفية، ترفيهية)[2].

6. **الحديث الاخباري:** ويطلق على المادة الكلامية التي تعرض لموضوع معين يوجهه احد المختصين الى جمهور المستمعين والمشاهدين من خلال الاذاعة الصوتية والمرئية، لذلك تحرص جميع المحطات الاذاعية على دقة اختيار وموضوعات الحديث من حيث الجدل او النقاش او الحوار او الشرح او التفسير كما تحرص على توزيع المعلومات والافكار على فقرات وفي اوقات متفاوتة بما يضمن الاثارة والانتباه والمتابعة بحيث لا يؤدي الى الملل اذا كان الحديث على وتيرة واحدة[3]، ويهدف الحديث الى ثلاثة اشياء اما الحصول على الاخبار او على وجهة نظر او للتعريف بشخصية[4]، الى جانب الانواع الثلاثة، يضاف نوع رابع هو (الحديث

(1) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص10.

(2) د. كرم شلبي، الخبر الاذاعي، م. س. ذ، ص 186.

(3) د. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، م. س. ذ، ص 97 – 98.

(4) د. عبد العزيز الغنام، مدخل علم الصحافة، ج3، م. س. ذ، ص144، وللتفاصيل انظر: (. سعد التائه، التحقيق الصحفي، بيروت، دار النور للطباعة والنشر، بدون تاريخ، ص 84 – 86. يوسف مرزوق، مدخل الى حرفية الفن الاذاعي، م. س. ذ، ص 62 – 84. ر. أ. بورتيسكي – أ. يورفسكي، م. س. ذ، ص 109 – 110).

الرسمي) الذي يجتمع فيه عدد كبير من المراسلين والمندوبين الذين يملكون اسئلة كثيرة ومتنوعة ومختلفة[1].

7. **التحقيق الاخباري**: ويعد من الاشكال الرئيسة في البرامج الاخبارية التلفزيونية من حيث عكس الاحداث على شكل صور والتعليق عليها وبما يحقق المعايشة معه أي الوصف والاشارة الى الموضوع ولكن عليه ان يظهر بعض العبارات التي ينطق بها اشخاص التحقيق من خلال الحديث المباشر الذي يضفي عليه (الموضوع) حيوية وفاعلية.

وبمعنى آخر، فأنه شكل اخباري مهم عبر البحث عن الوقائع وما يتبعها من قضايا[2]، كما انه يضيف الى الوقائع ابعاد من خلال الشرح والتفسير والتعليق ويبين الاسباب النفسية والاجتماعية[3]، ويقسم التحقيق الى (تحقيق حي) الذي يتضمن بث حي في اطار النشرة الاخبارية او منفصلاً عنها عبر الاثارة للمستقبل وكأنه يصاحبه معه الى مكان الحدث اثناء وقوعه حياً وايضاً التحقيق المسجل الذي هو عبارة عن تحقيق حي اجريت عليه عملية المونتاج أي التحكم في وقت بثه ذلك ان القائم به يجمع المعلومات عن الاحداث ويسجلها كما يضمنها بعض التصريحات وعبارات المشتركين فيها ليختار المناسب والافضل في ذلك[4].

8. **المقابلة الاخبارية**: وتعد من الفنون الاخبارية المهمة التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي برنامج اخباري عبر حوار يدور بين طرفين ليسعى من خلال ذلك الى الكشف عن طبيعة الموضوع الذي تدور حوله المقابلة[5]، وهي تختلف عن الحديث ذلك ان المقابلة تخضع للتحكم والسيطرة والاعداد والترتيب[6]، فهي

---

(1) د. كورتيس ماكدوغال، م. س. ذ، ص 56 وللتفاصيل انظر: جان جبران، لغة الاعلام، م. س. ذ، ص 54 – 58.

(2) د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج3، م. س. ذ، ص 146 – 156.

(3) د. ابراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1969، ص 141 – 142.

(4) د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج3، م. س. ذ، ص 151 – 153.

(5) د. احمد عقبات، م. س. ذ، ص 56.

(6) د. كرم شبلي، المذيع وفن تقديم البرامج في الاذاعة والتلفزيون، جده، دار الشروق، 1986، ص 244 وما بعدها.

تمثل ركيزة الخبر والتقرير في الكشف عن ملابسات الخبر من خلال المقابلات التي تجري مع الاشخاص في موقع الحدث او في مكان اخر[1].

ويمكن تقسيم المقابلة الى: المقابلة التقليدية ومقابلة المعلومات و مقابلة الرأي ومقابلة الشخصية واحاديث الطاولة المستديرة[2].

9. **التعليق الاخباري:** ويعني تفسير الاخبار او اعطاء وجهة نظر او توجيه او رأي بحيث لا تكون له أية صلة بالخبر[3]، او انه حديث اخباري مباشر يكتبه شخص متخصص للتعبير عن رأي معين في قضية ما اوحدث معين[4].

وتلعب الصورة التلفزيونية في التعليق دوراً مهماً ومتكاملاً في المعنى المستهدف ايصاله الى الجمهور كما هو الحال مع الخبر، فنشرات الاخبار تتضمن افلاماً يُعَلَّقُ عليها من داخل الاستديو اثناء اذاعتها وفي بعض الاحيان ترد افلام من قبل المراسلين والمندوبين مصحوبة بتعليقاتهم وايضاً، تأتي افلام يُعلَّق عليها من موقع الحدث كما تتضمن نشرة الاخبار افلاماً مصحوبة بتعليق صوتي مسجل مثلما يحدث في المؤتمرات الصحفية، الى جانب ذلك، فهناك التعليق على الافلام الوثائقية خاصة اذا كان دورها يتصل بالعمل الاخباري، فدوره يكون مقتصراً على شرح الصورة بحيث ترتب الصورة ترتيباً زمنياً ثم يكتب التعليق ويذاع بصوت مذيع[5]، ولا بد من الاشارة، الى انه عند كتابة التعليق على الافلام يجب ان تكون هناك مساحة زمنية صامتة على الفيلم بلا تعليق وهذا الصمت ليس مقصوداً لذاته بالطبع ولكنه

---

(1) د. احمد عقبات، م. س. ذ، ص66. وللتفاصيل انظر: (كرم شبلي، الخبر الاذاعي، م. س. ذ، وما بعدها، ابوارتركيل واخرون، م. س. ذ، ص21، وما بعدها . كارولين، م. س. ذ، ص 139، وما بعدها. كرم شبلي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، م. س. ذ، ص 85، وما بعدها . ر. ا. يورتيسكي – أ. يوروفسكي، م. س. ذ، ص 105، وما بعدها).

(2) وليد اليحيى، الاخبار المذاعة في التلفزيون، تونس، مجلة اذاعات عربية، العدد (6) 1982، ص 49 – 51.

(3) د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، م. س. ذ، ص 393.

(4) محمد معوض- بركات عبد العزيز، م. س.ذ، ص 110.

(5) د. كرم شلبي، الخبر الاذاعي، م. س. ذ، ص 108.

يؤدي وظيفة مهمة هي اراحة المشاهد[1]، ويتطلب الوضوح واستخدام المنطق في عرض موضوعه على رغم من كونه رأياً الا انه يختلف باختلاف المعتقدات السياسية والايديولوجية ومصدر الرأي ووسيلة نشره[2].

10. **البرنامج الخاص**: يكاد هذا الشكل يختلف نسبياً عن بقية الاشكال ذلك انه لا يتقيد بسياق فني ثابت او قالب معين حين يستخدم اكثر من شكل من الاشكال السابقة كما انه يوظف جميع الوسائل الايضاحية (المرئية) مثل الخرائط والرسوم والوصول في ذلك من اجل تحقيق اهدافه الاخبارية المحددة[3].

11. **النقل الخارجي (الحي)**: يقدم هذا الشكل البرامجي في المناسبات والوقائع المهمة التي يعيشها العالم او التي تحصل على المستوى الوطني حيث تكون المؤتمرات والمهرجانات والاحتفالات الكبرى والمباريات الرياضية المهمة هي محور هذا النقل المباشر.

وهنا، فالمحطات التلفزيونية تتعامل مع الاخبار التي ترد من هذا النوع على وفق سياقات ابتداء من استلامه وانتهاء ببثه أي انها تتعامل مع تلك المواد على انها لا تصلح للبث والعرض دون اجراء بعض التعديلات على وفق سياسة المحطة باضافة او حذف او تعديل او ترتيب بعض المضامين ثم اعداد المادة الفلمية المناسبة لذلك – تبنى العروض الاخبارية اعتماداً على عدد من الوسائط الاساسية مثل[4]:

1. تقارير المراسلين والمندوبين من مواقع الاحداث وبثها بشكل حي او بعد تسجيلها.
2. استخدام الوسائل الصورية (المرئية) بشكل متصل مع قراءة الاخبار مثل الشرائح الفلمية (السلايدات) والاشرطة الصورية والرسوم المتحركة والخرائط والصور الثابتة والرسوم البيانية.

---

(1) المصدر نفسه، ص 109.

(2) فلاح المحنه، م. س. ذ، ص 263.

(3) د. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، م. س. ذ، ص 180.

(4) محمد معوض، اخبار التلفزيون، م. س. ذ، ص 154.

3. استخدام التعليق الصوتي بشكل مرافق للمادة الاخبارية المصورة.

وتمثل الوسائل المرئية اهمية خاصة في العروض الاخبارية التلفزيونية عبر التجارب العديدة التي افرزتها نتائج استخدامات تلك الوسائل لتحقيق وضوح مرئي في العروض الاخبارية فعلى اساس هذا الاستخدام الثابت والمتكرر لهذه الوسائل تمكن التلفزيون من تقديم اسلوب حيوي جديد اضاف من خلاله بعدا جديداً في اطار عملية بناء العروض الاخبارية كونها تقدم لنا مواقع الاحداث وتوضح المشهد الجغرافي عبر الرسوم والارشادات الواضحة والبسيطة ، ولا يختلف الامر كثيراً بالنسبة الرسوم البيانية حتى لا يستطيع المذيع في اثناء قراءة الخبر اعطاء حقائق مركزة من دون استخدام وسائل مرئية مساعدة من نوع ما مثل الجداول والرسوم البيانية التي تشجع المشاهدين على الرجوع ببصرهم والتركيز للتميز بين المعلومات التي قد تقترب وتتشابه الى حد التداخل احياناً[1].

(1) Robert Osborn Television News, C B S. U. S. A, 1958. P. 36.

المبحث الثالث

الأساليب الفنية (الإخراجية) للبرامج الإخبارية التلفزيونية

تمثل المادة الاخبارية جوهر الوظيفة الاعلامية من خلال ما تملكه من معلومات وافكار واراء والتنشئة الاجتماعية واسهاماتها في القضايا المختلفة، كما تسهم ايضاً في تحقيق التعلم من خلال توفر المعلومات واتاحتها والثقافة العامة في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها، الى جانب ذلك، تسهم في الاعمال الثقافية والفنية المتعددة من ادب وعلوم وفنون، أي تحقيق الوظيفة الثقافية، وكذلك الاخبار الخاصة بالخدمات الترفيهية وبما يعزز ويحقق اهداف الوظيفة الترفيهية .. أي ان ((المادة الاخبارية تساهم في تحقيق مختلف وظائف الاتصال باعتباره حاجة حيوية وضرورة ملحة للفرد، كما انها ذات اهمية رئيسية للفرد والمجتمع والانسانية .. فعلى مستوى الفرد، نجد ان المادة الاخبارية تضع الفرد موضع المعرفة بالنسبة للاحداث والقضايا والانشطة الجارية سواء كانت حالية او محتملة مستقبلية وسواء ايضاً كانت تخص وطنه او الاوطان الاخرى، أي جعل الفرد اكثر فهماً لما يدور حوله من احداثها، كما انها وسيلة للترفيه والتسلية من خلال الاخبار التي تتناول الموضوعات الطريفة))[1].

اما على المستوى الاجتماعي، فلما كان الفرد جزءاً لا يتجزأ من المجتمع، فأن المادة الاخبارية توجد نوعاً من الوعي المشترك بين الافراد في الاستجابة للاحداث والقضايا المختلفة .. واخيراً، على المستوى الانساني، فقد اسهمت وسائل الاتصال الحديثة في تقارب المجتمعات والتفاعل بينها، لإشباع حاجات الناس بما يدور خارج

(1) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 12.

أوطانهم وداخلها عبر نقل الاحداث والمعرفة المتنوعة بما يدعم الوحدة الانسانية، وايضاً التقاء الحضارات والثقافات بين الشعوب..[1]

ويرجع ذلك، الى ان الخبر الصحفي لم يعد مجرد وصف اعتيادي للحدث معين يحظى بالاهتمام، بل لقد اصبح صناعة مميزة لها طرائقها الخاصة بالتحرير والصياغة، أي ان هذه العملية التحريرية قد دخلت مرحلة مهمة بفضل تطور وسائل الاتصال، فقد امتد هذا التأثير الى منافسة كبيرة وحامية بين المؤسسات الاعلامية وفي صناعة تفوق أي صناعة اخرى واحياناً تكاد تتشابه من بعض النقاط – فعلى سبيل المثال، فالجمهور قد اصبح على دراية تامة في كيفية الحصول على الاخبار والتقارير والتحليلات والتي مكنته ايضاً من ان يوازن ويفاضل ثم يختار، مما ادى الى سعي تلك المؤسسات الاعلامية الى البحث عن افضل السبل والاساليب للوصول الى تحقيق مثل هذه الغايات[2]، ((فالثورة الاعلامية، قد اعطت امكانيات كبيرة في حسن او سوؤ استخدام المعاني او الدلالة ..))[3].

ذلك ان المضمون الاعلامي واساليب تقديمه وتنظيمه يعد من اهم عوامل نجاح التحرير الاعلامي[4]، فهذا الاسلوب يتباين مع الاستخدامات المعرفية في نظريات الاتصال الجامعة لخصوصية الخبر ووظائفه – كالحركة والجدة والتشويق والمنافسة والاثارة والانية[5]، وبعبارة اخرى، فأن الخبر كرسالة اعلامية، هو نتاج عديد من القراءات بالنسبة للشكل والمضمون على السواء، فاغلب تلك القراءات لا

---

(1) المصدر نفسه، م. س. ذ، ص 13.

(2) د. عبد الستار جواد، م. س. ذ، ص 11.

(3) د. ابراهيم امام، الاعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1996، ص 134.

(4) عبد العزيز شرف، م. س. ذ، ص 160.

(5) ندوة القنوات الفضائية العربية في خدمة الثقافة العربية الاسلامية، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1998، ص 54.

يمليها الهدف الاقناعي للرسالة الاقناعي فحسب، وانما تميلها خصائص الجمهور ومهارات المحرر وما الى ذلك..[1].

ان كل ذلك راجع بطبيعة الحال ((تطور عملية التغطية الاخبارية وتعدد اساليبها، الذي ادى الى بروز مصطلح ((تكوين الاخبار News Making)) وهو ما يطلق عليه في ادبيات الاعلام – بصناعة الاخبار News industry، فهو مصطلح يشير الى تصنيع الاحداث وتوزيعها عبر الوسائل الاخبارية المقرؤة والمسموعة والمرئية، بعد اخضاع الاخبار التي يبرقها المراسلون الى عملية تكرير يخرج منها الخبر على شكل مادة خبرية مصنعة تحمل بصمات او صفات كل وسيلة اخبارية))[2].

وبما ان الخبر، يختلف اسلوب صياغته (تحريره) وعرضه بحكم طبيعته الوسيلة الاخبارية، فأن للخبر التلفزيوني خصوصية مميزة عن باقي الوسائل الاخرى لأنه يجمع بين (الحركة واللون والصوت والصورة) ذلك ان اخبار التلفزيون، لا بد ان تقدم في اطار درامي شائق تلعب فيها الصورة المختارة وصوت المحرر والالوان وزوايا الالوان دوراً رئيساً فيه..[3] وبخصوص ذلك، فهناك عبارة مشهورة مفادها ((انك تطوف بالخبر التلفزيوني مرة واحدة، ويعني ذلك ضرورة ان القصة الخبرية يجب ان تعرض بطريقة واضحة ومبسطة، لأن المشاهد لن تتاح له فرصة اخرى لكي يراها))[4].

وعليه، وفي هذا المضمار ايضاً – ((يقول دليل CBS* بأن خبر التلفزيون هو صورة الخبر، انه واقعي – ولعرض الاخبار الموجزة تأثير في المشاهدين يرون الحدث، وهذا يعني ان على كاتب الخبر التلفزيوني ان يدع الصورة تصف الحدث لجمهور

---

(1) د. عبد العزيز شرف، الاساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000، ص 143.

(2) د. عبد الستار جواد، م. س. ذ، ص 11.

(3) جان جبران، الاعلام العربي الى القرن الواحد والعشرين، م. س. ذ، ص63.

(4) كارولين ديانا لويس، التغطية الاخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمد شكري العدوي مراجعة: سعد لبيب، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، 1993، ص 26.

المشاهدين))[1]. بعبارة اخرى، ان الوضوح هو الضرورة الاساسية لكتابة اخبار التلفزيون وليس لدى المحرر فرصة واحدة لكي يصل بالمعنى الذي يقصده الى المشاهد مباشرة، واذا افلتت منه هذه الفرصة فلن يمكنه ان يحصل عليها ثانية، فالعرض عندئذ يكون قد فات .. وعندها يحس المشاهد كم فأنه القطار بالكبت والغضب))[2].

وبما ان عمليات التحرير لأخبار التلفزيون، قد مرت بسلسلة من التطورات التاريخية، بحكم تطور تكنولوجيا الاتصال اولاً، ووسائل الاتصال ثانياً، ولاسيما التلفزيون، حتى اصبحت على ما هو عليه الان، من وسائل جمع الكترونية للاخبار، وسرعة هائلة ومذهلة، الى جانب ذلك، انها اصبحت مجالاً للمنافسة بين المحطات والشبكات التلفزيونية الاخبارية، ولتمييز محطة عن اخرى، وتضاعف الوقت المخصص لها بعد ان كان ينظر قبل ذلك على انها شيء مزعج .. في السابق، كانت طريقة انزع واقرأ (Rip and read) هي الصيغة الاخبارية الاساسية في غالبية المحطات التلفزيونية، ذلك ان مفهوم النشرة الاخبارية في الخمسينيات من القرن الماضي يأخذ مادته الاخبارية من نشرات وكالات الانباء البرقية (Copy Agencies) وقراءتها مباشرة على الهواء دونما محاولة لتحريرها او اعادة لصياغتها، أي ان نشرات الاخبار في التلفزيون كانت عبارة عن نشرات وكالات الانباء البرقية ترتب بحسب اذاعتها ويمسك بها مشبك..[3].

وعلى الرغم من ذلك، فأن مقدمي النشرات الاخبارية (المذيعين) لم يكونوا ذوي خبرة في ذلك المجال، الا انه بمرور الوقت ورغبة المشاهدين في تفضل مذيع على اخر بدأ الاهتمام بنشرات الاخبار وذلك من خلال فرض شخصيات المذيعين وبأسلوب درامي يتمثل بابراز تلك الشخصية التي عدت حينها ايضاً اساس عروض الاخبار،

---

(1) د. عبد الستار جواد، م. س. ذ، ص 206.

(2) موري جرين، اخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ، ترجمة: حمدي قنديل – احمد سعيد عبد الحليم، القاهرة، مكتبة القاهرة، 1972، ص 321.

(3) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 158.

مما دفع المحطات التلفزيونية الاكثر شهرة الى كسب افضل الشخصيات (المذيعين) من اجل تحقيق الشهرة للمحطة ولكسب اكبر قدر من الارباح، فلجأت الى استخدام عدد محدود من المذيعين الذين يعدون في الوقت نفسه محررين لاعادة تحرير وصياغة الاخبار الواردة من وكالات الانباء وبلغة اذاعية افضل، الى جانب تصوير عدد من الافلام الصامتة للاحداث المحلية مثل شبكة (NBC)، على الرغم من ندرة تلك الافلام.. مما اضفى على اخبار التلفزيون اهمية كبرى في عرض الافلام الصامتة، أي ان الاسلوب قد تطور في عرض الاخبار بشكل قليل عن عرض اخبار الراديو، فقط من ناحية الصورة المتحركة الصامتة والشخصية المتحركة التي تقرأ الاخبار[1].

وتطورت التغطية الاخبارية في التلفزيون حتى وصلت الى مرحلة الوضوح في الستينات وذلك بدخول الفيديوتيب الذي اتاح تسجيل الصوت والصورة معاً، كما يمكن التسجيل مرة ثانية على الشريط الذي لا يحتاج ايضاً الى اعادة تحميض وطبع مثل الافلام السينمائية..[2] وهذا ما انعكس بطبيعة الحال

- اهمية الاخبار التلفزيونية- على كل مستوى من حيث المحطات المحلية و انتهاء بالشبكات الذي اضفى تطوراً كبيراً على التلفزيون دون وسائل الاعلام الاخرى (الراديو – الصحف)، فضلاً عن ذلك التخلي عن اجزاء النشرة ويقصد بذلك، ان هناك اخباراً عامة عددها (5) واخبار رياضية عدد (5) و (5) اخبار للاحوال العامة الى (10) اخبار .. وظهور المجلة الاخبارية الذي اكسب حرية في طول النشرة الاخبارية وتغطيتها الشاملة والتنوع في التناول وبشكل اكثر عمقاً، فقد كان برنامج الاحداث الكبرى الذي ثبته محطة Knxt الامريكية التابعة لشبكة CBS يمتد لمدة (45) دقيقة، تتلوه الاخبار المسائية بنمو (15) دقيقة وذلك في عام 1961،

(1) موري جرين، م.س.ذ، ص 11 – 13.

(2) د. حسن عماد المكاوي، م.س.ذ، ص 51.

مما اكسب اخبار التلفزيون الصفة الجماهيرية وجعلها شائقة من خلال القصص الاخبارية المختلفة التي كان ينقلها المندوبون من مواقع الاحداث ذاتها..[1]

ولكن بعد التطورات السريعة التي قام بها رجال الاخبار في تطوير العروض الاخبارية، من خلال اذاعة الافلام الحية بالصوت و الصورة المصاحب لقراءة النصوص الاخبارية – كما انه في بعض الاحيان – يختفي صوت قارئ النشرة ويظهر الصوت الاصلي ليصاحب حركة الفيلم من موقع الحدث، امتزج الصوت مع الصورة ليضفي قوة وواقعية على الخبر[2].

ثم اخذت بعد ذلك الخدمة الاخبارية تتطور بشكل كبير عن باقي البرامج الاخبارية، ومن ابرز مظاهر تلك الخدمة انشاء شبكة اخبار الكيبل الامريكية Cable News Network (CNN) التي بدأت عملها في عام 1980 من خلال تقديم العروض الاخبارية على مدار الساعة وما يرافقها من برامج[3]، ثم ظهرت بعد ذلك قمة التطور التكنلوجي في ميدان الاخبار و المتمثل بعملية جمع الاخبار الكترونيا Electronic News Gathering ومن خلال غرفة اخبار مركزية تتحكم بمراقبة ومتابعة الاخبار وبأقصى قدر من الفاعلية وعلى وفق تنظيم مخطط وبشكل يجمع ويحرر ويبث الاخبار في وقت واحد من خلال اجهزة الحاسوب الالكترونياً[4]، وهو ما يعمل به الان في معظم قنوات الاخبار التي تبث خدماتها الاخبارية على مدار الساعة ومنها قناة الجزيرة القطرية وشبكة الاخبار العربية.

وبعد هذا الاستعراض، عن تطور اساليب التحرير للاخبار والبرامج الاخبارية، فأن جميع وسائل نقل الاخبار تعتمد على مجموعة من القوالب البنائية تستخدم بشكل يومي على صعيد التحرير الاخباري، ومن اهمها ..[5]

---

(1) موري جرين، م. س. ذ، ص 19 – 20.

(2) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 158.

(3) د. حسن عماد المكاوي، م. س. ذ، ص 54.

(4) المركز الوطني لخدمة الانترنيت، بغداد – وزارة الثقافة والاعلام بتاريخ 15 / 2 / 2000 (" www. Ann. Com.)

(5) Robert, Osborn: op. Cit, P. 37.

1. قالب الهرم المقلوب، ويقوم هذا القالب على تشبيه البناء الفني للخبر بالبناء المعماري للهرم المقلوب، وعندما نستخدم هذا القالب فإننا نقسم الخبر الى جزءين اساسيين يسمى الاول بقمة الهرم والثاني بجسم الهرم، وعادة يأخذ المحررون اهم جزء في الخبر، الذي يمثل قمة الحدث في مقدمة الخبر (الهرم) عند القاعدة من خلال استعراض او تقديم الحقائق البارزة والواضحة في الخبر والتي غالباً ما تجيب على السؤال ماذا؟ في حين تأتي بقية اجابات الاسئلة الست في متن الخبر، اما بقية التافاصيل فتأتي بشكل متسلسل في جسم الخبر حتى الوصول الى النهاية[1].

ومن اهم مميزات قالب الهرم المقلوب ..

1. يساعد على اختصار التفاصيل غير الضرورية التي ترافق الخبر.
2. يتيح هذا القالب بناء مقدمات اخبارية قوية ومؤثرة تلخص جوهر الحدث.
3. ان تحرير الاخبار باسلوب الهرم المقلوب يختصر الجهد بالنسبة لجمهور الوسيلة الاعلامية حتى يستطيعون الاكتفاء بقراءة او سماع او مشاهدة مقدمة الخبر وترك بقية التفاصيل التكميلية.

وبذلك، فإن قاعدة الهرم المقلوب تمكن من وضع موجز الخبر وملخصه بسهولة، اذ ان الموجز او الملخص يؤخذ دائماً من اهم واقعة في الخبر، وايضاً تفيد في اختصار الخبر والتعبير عن العناصر بدقة دون المساس بتكامله، كما انها تحول دون التداخل والتناقض بين اجزائه، حيث يمكن المحرر من معرفة الوقائع المتضمنة في الخبر واستيعابها، وبالتالي التعبير عنها بسهولة وكفاءة مما يسهل عليه عملية التحرير ويسهل على الجمهور استيعاب مضمون الخبر))[2].

ومن القوالب الاخبارية القريبة من هذا القالب هناك قالب: ((الهرم المقلوب المتدرج))، وهو الذي يأخذ نفس البناء الفني للقالب السابق ولكنه يكون على شكل مجموعة من المستطيلات الكبيرة والصغيرة المتدرجة، اذ يورد المحررون اهم

(1)Ibid: P. 157.

(2) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص50.

ما في الخبر في المقدمة تتبعها فقرات اخرى تلخص بعض جوانب الخبر، كما تورد بعض التصريحات للمصادر والمشتركة في الحدث بين فقرة واخرى، وذلك من خلال حشد الاقتباسات الخاصة بالخبر بين المستطيلات الكبيرة والصغيرة التي يتألف منها جسم الخبر، بالشرح والتلخيص، واحياناً يضم المقابلات الاخبارية[1].

2. قالب الهرم المعتدل، ويمثل البناء الفني لهذا القالب الشكل المعماري للهرم المعتدل، اذ هو يختلف عن الوضع السابق للهرم من خلال ورود ذروة الخبر في نهاية القصة، بحيث يقسم بناء الخبر الى القمة التي تضم المقدمة ومتن الخبر الذي يحتوي على التفصيلات كلها، وتحتوي المقدمة على اوصاف تمثل عادة مدخلاً أو ارضية تهيء المتلقي للدخول في تفاصيل الحدث وهي غالباً لا تضم وقائع مهمة وتكون وصفية للمناخ الذي رافق الحدث، ثم يتلو المقدمة متن الخبر اذ تتصاعد الاحداث وتقترب من الذروة، وعند الوصول الى نهاية قاعدة الهرم يأتي الجزء الاخير من الخبر ليقدم نتيجة الحدث والنهاية التي وصل اليها، وغالباً ما يأخذ المحررون هذا القالب عند تعاملهم مع الاخبار الثقافية والفنية واخبار الجرائم الكبرى[2].

ويتفرع من القالب السابق ((قالب الهرم المعتدل المتدرج)) الذي يتضمن فقرات متعددة تلخص الاحداث المرافقة للخبر، نورد بينها اقتباسات واحاديث للمشاركين في الحدث من خلال المزاوجة بين المستطيلات الكبيرة والصغيرة وبشكل متسلسل وصولاً الى ذروة الخبر في نهايته، حيث يستخدم هذا القالب في تحرير المقابلات والتحقيقات[3].

---

(1)Robert, Osborn: op. Cit, P. 160.

وللمزيد انظر .. د. اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص 46 وما بعدها.

(2)Ibid: P. 162.

(3) فاروق ابو زيد، م. س. ذ، ص 326.

ان التلفزيون يتفوق على بقية وسائل الاعلام في التأثير على الافراد والاستحواذ على اهتمامهم مهما كانوا كباراً او صغاراً، فضلا عن كونه يستخدم مؤثرات فنية عالية مثل اللون والصوت حتى يكاد يحاكي الحقيقية (Make Belife)[1]، مما يؤكد ان الخبر التلفزيوني يكتب بكونه تعليقاً على المادة الفلمية المصورة، ذلك ان الخبر التلفزيوني ناتج عن عملية المزاوجة بين الصوت والصورة، اذ ان نشرة الاخبار في التلفزيون تتكون من مجموعة من الاخبار المتفرقة ولكن ترتيبها يقوم على وفق تسلسل يرتبط لأهمية كل خبر ووزن عناصره مما يكسب أهمية وفاعلية كبيرة للاخبار[2]، وبموجب ذلك، فأن للصحافة التلفزيونية خصائص تميزها عن غيرها من البرامج، وأهمها:

1. **الفورية**، ان مسالة السرعة مسألة مهمة جداً، فكل خبر وبرنامج اخباري تلفزيوني لابد ان يكون حدث (اليوم) وليس حدث الامس، كما في الصحافة المطبوعة اذ تستبدل بعبارة (حدث قبل او منذ اللحظة) اما الخبر الذي حدث مؤخراً، فأنه يستبعد من قبل الصحافة التلفزيونية الا اذا كان الخبر يحمل تطوراً جديداً في احداثه.
2. **الديناميكية والتفاعل**، تقدم الصحافة التلفزيونية عرضاً ديناميكياً لطبيعة الحدث وهذا يعني ان بناء الخبر يتحدد بدرجة تطوره الفعلية..
3. **التكثيف ومراعاة الوقت**، هناك سبل هائل من الاخبار والاحداث لا تتسع لها الرقعة الزمنية المخصصة لهذا اللون من البرامج على الخارطة اليومية للتلفزيون، لذلك – لابد من اختصار وتكثيف الاخبار المهمة وايجاز الاقل اهمية واستبعاد ما عدا ذلك..
4. **الظهور المرئي لصناع الحدث**، ويقصد بذلك ظهور الصحفي التلفزيوني على الشاشة جنباً الى جنب مع صناع الاخبار ومع الشخصيات البارزة وقادة الرأي

---

(1) د. محمد بن عبد الرحمن الخصيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام، الرياض، مكتبة العبيكان، 1994، ص 49.

(2) فاروق ابو زيد، م. س. ذ، ص 384.

والفكر والثقافة والعلم، وهذا يعطي تأثيراً خاصاً في المشاهد داخل منزله لا يتاح له في أي صحافة اخرى سوى الصحافة التلفزيونية.

5. **التركيبية**، وهذه الخصيصة تابعة من طبيعية التلفزيون، ذلك ان الصحافة التلفزيونية هي عملية تركيبية تشتمل على الكلام والصورة المتحركة والثابتة وايضاً الموسيقى والمؤثرات الصوتية والاصوات الطبيعية الموجودة في نفس الجو الذي تدور فيه الاحداث..

6. **موعد البث**، قارئ الصحافة المطبوعة يستطيع ان يتصفح الجريدة في أي وقت يشاء ليلاً ونهاراً وحسب الترتيب الذي يفضله هو نفسه، اما جمهور التلفزيون فأنه لا يستطيع مشاهدة البرنامج المعين الا في الموعد الثابت المحدد سلفاً من قبل ادارة التلفزيون، كما ان المشاهد لا يستطيع ان يغير من ترتيب فقرات المواد الصحفية التلفزيونية التي تعرض أمامه))[1].

وبما ان عملية بناء النص الاخباري التلفزيوني تختلف كثيراً عما هو سائد في بقية وسائل الاعلام، حيث ينقسم النص الى قسمين رئيسين يتضمن الايمن منه الاستعارات المتعلقة بالصور المرافقة للخبر والخاصة بالمخرج في حين يمثل الجانب الايسر التفاصيل او التعليق الاخباري الذي يرافق الصورة، أي ان النص المكتوب وضع ليكون تعليقاً مرافقاً للشريط الصوري الخاص بالخبر، فالخبر الاذاعي والتلفزيوني يتكون عادة من مجموعة من العناصر الرئيسة من اهمها..[2]

1. الجملة الافتتاحية: وتكون شمولية تتضمن ملخص الحدث بشكل واضح ودقيق.
2. صلب الخبر، وهو ما يمثل القصة الخبرية التي تمثل المتن حيث تُستعرض التفاصيل والوقائع التي رافقت الحدث.
3. الجملة الختامية، وتمثل هذه الفقرة خاتمة الخبر وغالباً ما تكون جملة مثيرة وتسمى احياناً بالاثر الذي يقصد من ورائه تحرك وقعاً محدداً لدى المتلقي قبل الانتقال الى الخبر الذي يليه.

---

(1) فلاح المحنه، م. س. ذ، ص 295 – 296.

(2) يوسف مرزوق، مدخل الى حرفية الفن الاذاعي، م. س. ذ، ص 40.

وبعبارة اخرى، فأن ما تقدم يشير الى ان العناصر الاشد اهمية (أهم ما في الخبر) تكتب اولاً، وتكون بمثابة مقدمة الخبر وتعبر عن جوهره .. أي انه اذا كانت المقدمة هي الواقعة الجوهرية في الخبر، فأن الجسم* هو القصة الخبرية بتفاصيلها بحيث يقف المشاهد على التفاصيل الاساسية للحدث وما يرتبط به من ظروف، اما الجملة الختامية – فتتضمن معلومة معززة لما ورد في المقدمة والتفاصيل، واذا كان الحدث يحتمل تطورات جديدة، فأن الخاتمة يمكن ان تشير الى ذلك، أي ان المحطة التلفزيونية ستوافي المشاهدين سواء اكان عن طريق التنويه بالطباعة الالكترونية (السبتايتل) ام عن طريق اختيار زاوية من زوايا العرض التلفزيوني (اليمين واليسار) باستخدام عبارة خبر عاجل.

وعند ذلك، لأبد من مراعاة اهم اسس الصياغة اللغوية المناسبة للخبر التلفزيوني، الا وهي..[1]

1. البساطة والوضوح في التعبير، ويقصد بذلك بعدم استخدام الكلمات و التعبيرات المعقدة وصياغة الخبر بأسلوب لغوي بسيط مع تجنب الجمل الطويلة وتقسيمها الى مقاطع قصيرة.
2. مراعاة قواعد النحو والصرف في صياغة الخبر، وكذلك قوة الاسلوب بحيث يكون قوياً معبراً بدقة ووضوح عن المعنى، بعيداً عن الركاكة والالفاظ الفجة، وان تصاغ القصة الخبرية في صورة فقرات كل منها تعبر عن فكرة واحدة او الافكار الفرعية وثيقة الصلة بالفكرة الرئيسة التي تعبر عن الخبر مع سلامة الربط والانتقال بين الفقرات بحيث تبدو جميعاً قصة اخبارية مترابطة تجيب على التساؤلات الخمس او العناصر الرئيسية في الحدث الاخباري .. ويتصل بذلك، علامات الترقيم من نقط وفواصل وضبط الكلمات بالشكل.

* جسم الخبر، ((هو الوعاء لابراز دلالات القصة الخبرية ومدى ملاءمتها لاهتماماتها واحتياجات الجمهور، فصياغة جسم الخبر توضح كيفية وظروف ونوع الاحداث بما يزيد من فهم المشاهد اليها ..))، محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 52 – 53.

(1) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 50 – 58.

3. مراعاة الصياغة الجيدة لاجزاء الخبر، ويقصد صياغة موجز النشرة في صورة جملة او جمل كاملة المعنى، بحيث يجذب الانتباه، لذلك فعليه ان يكون مثيراً ودقيقاً وبعدد قليل من الكلمات .. وتجدر الاشارة، ان بعض اخبار النشرة – وليس كلها – هو الذي له موجز في بداية النشرة، فاذا كانت النشرة تتضمن عشرة اخبار يمكن اختيار الخمسة اخبار الاشد اهمية للتنويه اليها من خلال موجز النشرة، ويعقب هذا الموجز بعبارة ((وفي النشرة انباء اخرى، واليكم التفاصيل ..)) اما ملخص النشرة، فهو يأتي عقب تقديمها مباشرة وهو الموجز نفسه .
4. مراعاة عامل التوقيت، ونعني بذلك – المدة الزمنية في اثناء صياغة القصة الخبرية وبأقصى درجات الدقة في عامل الوقت، واذا كانت بعض الاخبار تتضمن تفصيلات اكثر من المدة الاصلية المقررة للنشرة – فأن ذلك يستلزم الحذف بحيث لا يؤثر في تكامل القصة، وهذا ليس بالضرورة بالنسبة للاخبار، فبعض الاخبار المهمة بحاجة الى عدم الالتزام بوقت النشرة المقررة.
5. مراعاة اصول الاقتباس، بمعنى ان القصص الاخبارية التي تتضمن اقتباسات واستشهادات من اقوال وتصريحات ادلت بها المصادر الحية (الاشخاص) يتعين صياغتها بالاسلوب السليم، كأن توزع بين ثنايا الخبر والتي يمكن فهمها، وتميزها بحيث لا يختلط الامر في ذهن المشاهد بين الكلام المستشهد به من جهة، والنص الاخباري الاصلي من جهة ثانية، وهذا يتطلب توظيف لغة الخبر – صياغة والقاء – لتعزيز اسلوب الكلام المقتبس والتعبير عن معناه، وايجاد العلاقة بين المتحدث (المصدر) ونطقه للكلمات الدالة (يكون ذلك من خلال التعبير عن مدلول الكلمات مثل .. واكد على اهمية .. وشدد على ضرورة .. وسخر من .. الخ) وهو بذلك يمثل قيمة حقيقية للخبر لا تقبل الجدل لأنه ورد على لسان صانع الاخبار ويعمل على عدم ايقاع الصحفي في موقع المتميز او المعارض فضلا عن انه يكسب القصة الخبرية تنوعاً ما بين اسلوب المحرر واسلوب المصدر.

6. المصطلحات والاختصارات، هناك بعض الاخبار تتضمن مصطلحات متخصصة في مجالات الحياة، وهي مصطلحات تكون عادة غير مفهومة للمتلقي، مما يوجب الى ابدالها بمصطلحات تؤدي نفس المعنى او شرح معنى المصطلح وتوضيحها .
7. اما عن الأسماء الشخصيات التي يتضمنها الخبر، فهناك بعض الاسماء يكون التعبير عنها غير مريح وايقاعها ايضاً غير مستساغ، فمن الاجدر وضع الاسم قبل الوظيفة، فيما عدا ذلك – يجب وضع الوظيفة قبل الاسم، لأن ذلك يتيح انسياب المعلومات، واذا كان الامر يستلزم حذف بعض الاسماء الاجنبية الصعبة والغير معروفة فلا مانع من حذفها والاكتفاء بالوظيفة او اللقب المعبر عنها، مما يجنب الوقوع في الخطأ في التحرير والالقاء، كما انه يساعد على اختصار وقت الخبر.
8. الى جانب ذلك، اذا كان لا بد من استخدام رقم، فقربه – فبدلاً من ان نقول 7.843.563 يمكن القول – ثمانية ملايين تقريباً لتجنب الزلل في ذلك[1].
9. واذا توافرت لدينا صورة حية بالصوت، فلا مانع من بثها واعطاء المشاهد فرصة للحكم عليها اذا كانت توضح الحقيقة، مع عدم الافراط في عرضها بحيث نصبح عاجزين عن تفسير ما يحدث .. اما في حالة كتابة التعليق، فيجب الانتباه الى ضرورة التطابق ما بين الصوت والصورة، فلا يجوز ان يتناقض ما يراه المشاهد مع ما يسمعه[2].

(1) كارولين ديانا لويس، م.س.ذ، ص 179.

(2) المصدر نفسه، ص 180.

أقسام النشرة الإخبارية والبرامج الأخبارية:

تتقسم نشرة الاخبار والبرامج الاخبارية في التلفزيون بحكم طبيعة الخبر او البرنامج، لذلك فهي تنقسم الى[1]:

1 – مادة مقروءة داخل الاستديو على شكل اخبار وتعليقات او مواد صحفية لشرح وتفسير* بعض الاخبار.

2 – مادة كلامية غير مكتوبة ولكنها تجري بحسب خطة يتفق عليها مسبقاً وهذه المادة اما ان تبث حية (أي على الهواء مباشرة) او بعد تسجيلها مع شخصيات بارزة او صناع الاخبار الى اخره.

3 – مادة حية من خارج الاستديو تبث على الهواء في وقت حدوثها.

4 – مادة حية مسجلة على اشرطة الفديو والافلام السينمائية للاحداث تعذر بثها في وقت حدوثها ولو تفقد أهميتها الاخبارية بمرور الزمن.

5 – برامج اخبارية مختلفة تسجيلية او وثائقية على وفق السيناريو المعد للنشرة.

6 – صور فوتوغرافية ثابتة still .

7 – شرائح فلمية slides films .

8 – خرائط ورسوم بيانية وجداول احصائية مبسطة واشكال توضيحية وغير ذلك مما تطلبه عملية المساعدة على تقديم المادة الصحفية لجمهور المشاهدين.

وبذلك، فأن مثل هذه القواعد والامور تتوقف على اهمية الخبر نفسه، فالخبر يستمد خاصيته الدرامية (التشويقية) من خلال عناصره الرئيسة التي تذكر سابقاً (الجملة الافتتاحية – صلب الخبر – الجملة الافتتاحية) وربطها جميعها

---

(1) فلاح المحنه، م . س . ذ، ص 297.

* التفسير - explanation - يعتبر شرح الاخبار وتفسيرها احدى وظائف الاذاعة والتلفزيون، نظراً لان المستمع والمشاهد العادي قد لا يتمكن من فهم ومعرفة ومغزى ودلالة بعض ما ينقل اليه من هذه الاخبار، فتخصص الاذاعة برامج معينة لهذا الغرض، وتفسير الاخبار وشرحها يعني توضيح دلالتها وملابساتها واسبابها ونتائجها وآثارها بالنسبة للمتلقي.(د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، م . س . ذ، ص 212) .

بحيث يصعب قطعه او الاستفتاء عن أي عنصر.. ذلك ان الخبر التلفزيوني لم يكتب بحيث يمكن قطعه من النهاية او من أي مكان اخر، كما لو حذف الفصل الاخير من مسرحية كتبت بإتقان[1]، كما ان من شروط الخبر التلفزيوني ان يكون هناك تطابق منسجم ومنسق مع طبيعة الصورة ويتحرك مع حركتها، فلو كان الوصف بالكلمات مختلفاً وان يكن الى حد ضئيل عن الصورة التلفزيونية، فان المشاهد يميل الى تصديق الصورة وعدم الوثوق بالكلمة، ومن جهه اخرى – انه لا يمكن الاستغناء عن السرد الاخباري الذي يرافق الصورة ولاسيما اذا لم يكن هناك صوت يصاحب الفيلم [2]..

وما يزيد الخبر قوة ايضاً وتأكيداً او بما يجعله اكثر متعة او اهتماماً، ذلك بانه يترك الصوت الطبيعي يظهر في الفيلم او شريط الفديو حيثما كان ذلك بحيث لا يؤثر في انسياب السرد الوصفي والاصوات المهمه الاخرى[3].

أي ان((الوظيفة الاساسية للكلمات في التلفزيون هي اعطاء وصف مسبق للحدث))[4]. فالصورة في الخبر والبرامج الاخبارية تمثل اسلوباً مهماً في الصياغة والاخراج، فهي مادة مناسبة لايجاد الثقة العامة، ذلك من خلال الجدارة والقوة الجماهيرية .. وبعنى اخر، ((فاذا ما شاهدنا الاخبار بدون صوت، فان معنى الصور سوف يكون غالباً من المستحيل تحديده، فعند وقوع حدث معين على سبيل المثال، وتظهر صوراً له بدون تعليق، يتراى امام المشاهد عدة اسئلة أي مكان الحدث وسبب ذلك، وغيرها من الاسئلة التي يتعذر الاجابة عليها من خلال هذه الصور.. لهذا، فأن احدى جوانب علاقة كلام – صور يتمثل في استخدام الكلام (speak) كدليل او

(1) ثامر مهدي، الاخبار .. والبرامج الخبرية، بغداد، مجلة البحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، العدد، [25] نيسان، 1989، ص 123 .

(2) د. عبد الستار جواد، م . س . ذ، ص 209 – 210 .

(3) المصدر نفسه، ص 212 .

(4) ر . ا . بورتسكي – ا . يورفسكي، م . س . د، ص 36 .

مرشد تفسيري لقراءة الصور، فمثل هذا الكلام الذي يصدر عن المراسل الميداني او المقدم سوف يتركز اساس على المعلومات التي لا يستطيع الصور تقديمها..))[1].

ذلك ان التعليق على المادة الفلمية المصورة في صناعة الخبر او البرامج الاخبارية في صناعة الخبر والبرامج الاخبارية لا بد وان يتم من نفس مكان وقوع الاحداث، أي عندما تنتقل الكاميرا الى موقع الحدث، فان الغرض لا يكون لمجرد تصوير الحدث بكل تفاصيل وانما المقصود من ذلك اعطاء انطباع بما يجري، وهذا لا يتحقق من خلال الكاميرا وحدها، هنا تصبح الحاجة ماسة الى تعليق صوتي لكي تعطي الانطباع او الانفعال عن الحادث، وفي مثل هذه الحالة – يكون من الضروري استخدام الاصوات الطبيعية كما هي في موقع الحدث[2].

وبعبارة اخرى، انه لا يمكن الفصل بين الاصوات الطبيعية المرافقة للخبر في اثناء تصويره وصوت المندوب، فأذا ما اهمل التعليق الصوتي لا يمكن استخدام الفيلم صامتاً في اثناء البث، لان الخبرعلى وفق هذه الحالة يفقد الكثير من سماته بل تأثيره، فالقاعدة تشير الى ان التعليق الصوتي تضع المذيع او المندوب في قلب الحدث، يشرح ويفسر ما تنقله الصورة[3].

الى جانب ذلك، لا بد ان تظهر الصورة الخبرية على الشاشة لمدة (5) ثوان ولكل (15) كلمة والا انعدمت قيمتها الاخبارية، اما عن طول الوقت الذي تحتاجه الصورة للعرض الفعال فيتوقف على الموضوع الاخباري، لكن هذا لا يمنع ايضاً من استخدام اية صورة ثابتة (still) بشرح المعنى او تقديم معومات وبطريقة تساعد على اضافة توكيدات محددة الى القصة، مع عدم الافراط في عرضها على الشاشة بطريقة عشوائية لكي لا تحدث ارتباكات عشوائية لدى المشاهد،واذا ما تطلبت بعض

(1) جون كورنل، م . س . ذ، ص 87 .

(2) د . كرم شلبي ، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، م . س . ذ، ص 145 .

(3) د . كرم شلبي، المذيع وفن التقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، م . س . ذ، ص 146 .

الاحداث الاخبارية بث سلسلة من الصور، فالذي يجب اتباعه هو اعطاء كل صورة سلسلة من الوقت نفسه[1].

وفي اكثر الاوقات تلجأ المحطات التلفزيونية الى استخدام المناظر او اللجوء الى لون من الالوان اسفل الكتابة او الرسوم او الخرائط لتكتب عنوانات موجزة فوق خلفية الالوان مميزة كأن تكون الكتابة صفراء على ارضية سوداء[2].

وبذلك فان التلفزيون قد اضاف حقيقة جديدة الى الخبر والبرامج الاخبارية الا وهي اتاحة الفرصة الى مشاهدة المتحدث (المذيع) شخصياً، مما ادى الى خلق بل وتقوية الرابطة مع المذيع او المقدم بشكل اقوى بكثير من الرابطة التي تربطنا مع مذيع الراديو الذي تكون صورته في أذهاننا مجرد خيال تصنعه، مما يتوجب على المذيع او المقدم ان يكون ذا سمه متميزة ولا سيما وانه يحاكي جماهير عريضة من المشاهدين وهو بمواجهتهم ومواجهة الكاميرا في الوقت نفسه[3]، وبذلك فانه يعد عصب النشرة الاخبارية وذلك بتسليط الضوء عليه ومتابعته الى ان تنتهي القصة الاخبارية على يديه[4]. فالمشاهد لأخبار التلفزيون لا يستطيع ان يلتقط ويختار فقرات في نشرة الاخبار، مما يتطلب الحرص في إبهاره والنبرة الملفته التي تجب اضافتها لدى المشاهد، فأي خطأ في اداء الفقرات المتعلقة بالقصة الاخبارية تدفع المشاهد الى التحول الى قناة اخرى، وربما لا يعود اليها مرة ثانية، ذلك ان كل خبر وبرنامج اخباري مصمم بحيث يستحوذ على اهتمام المشاهد ويشد انتباهه بقوة[5].

---

(1) د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج 3، م. س. ذ، ص 126 .

(2) د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، م. س. ذ، ص 50 .

(3) ر. ا بوريسكي – ا. يورفسكي، م. س. ذ، ص 100 .

(4) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 153 .

(5) كارولين ديانا لويس، م. س. ذ، ص 27 .

ترتيب النشرة الإخبارية التلفزيونية:

يمثل ترتيب النشرة الاخبارية في التلفزيون لحظة مهمه من اللحظات التي تسعى المحطات التلفزيونية الى العناية بها عناية تامة لأنها تمثل هويتها، ذلك – انها ليس مجرد خليط من الاخبار ووضعها في برنامج معين وانما هي ذات ترتيب فني بل بناء عضوي له كيان متكامل ابتداء من اول خبر الى نهاية النشرة، مما يتطلب خلق احساس في هذه الاخبار والتي تترابط كلها في صورة شاملة بصرف النظر عن أهمية كل خبر[1].((فاذا لم تحقق اخبار التلفزيون عنصر الاثارة للمشاهدين، فانهم لا يكونون مجبرين على متابعة النشرة..))[2].

فمن ابرز العوامل التي تزيد من اقبال المشاهدين على متابعة نشرات الاخبار، هي[3]..

(1) التذكير بالاحداث المهمه قبل موعد النشرة الرئيسة، اذ يشجع هذا العمل المشاهدين على الحرص ومتابعة ما يعرض على الشاشة.

(2) عرض وجهات النظر المختلفة والتمتع بالحرية الكاملة في تناول وقائع الاحداث من خلال ايراد الاراء المؤيدة والمعارضة وتفسير الاخبار دون اطلاق الاحكام عليها.

وعليه، فنشرات الاخبار الاذاعية، تعرف بأنها ..((تلك البرامج التي تهدف الى الاخبار عما يحدث (الان) على مستوى المجتمع المحلي وعلى مستوى الوطن كله، وعلى مستوى العالم .. وبالتالي، فليس من مهمه نشرات الاخبار الاذاعية ان تفسر الاحداث او تتعرض لمغزاها فهذه مهمه برامج اخرى تدخل في نطاق الصحافة الاذاعية كالتعليق والمجلات الاخبارية والتحقيقات الاذاعية))[4].

وبمعنى اخر ان النظرية الاساسية في ترنيب التشرة الاخبارية تكمن بكونها تسقا مترابطا من الاخبار بحيث ننظر اليها على وفق ذلك، كما أنها في

(1) سعد لبيب – كرم شلبي، م . س . ذ، ص 27 .

(2) د . حسن عماد المكاوي، م . س . ذ، ص 78 .

(3) د . محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، م . س . ذ، ص 152 .

(4) سعد لبيب – كرم شلبي، م . س . ذ، ص 11 .

الوقت نفسه لا تترك للجمهور ان يكتشفوا بالصدفة ان هناك خبراً مهماً جاء في أولها، أو جاء في اخرها وانما يحسون ان هذه الاخبار كلها تترابط في اعطاء صورة شاملة للعالم بصرف النظر عن الاهمية الخاصة لكل خبر منها[1]، فعند كتابة قصة أخبارية ذات قدر من الأهمية أو أنها تمثل فقرة من الفقرات برنامج النشرة الاخبارية، بحيث يجب ان نضع في الاعتبار: الأهمية والتشويق والفورية[2]، كما ان عملية تنسيق الاخبار وترتيبها داخل نشرة اخبار التلفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية فائقة[3]، فهي تحتوي على جميع القصص الاخبارية العالمية والاقليمية والمحلية، فضلا عن جميع الاخبار القصيرة والمهمة المتاحة، فالعرض الاخباري، بنيان خاص يحدد موضوع القصص الاخبارية من العرض والعلاقة بين جميع عناصره، الى جانب ذلك – فأن للعرض الاخباري ايقاع محسوب وشخصية خاصة، وكل هذا يشارك في الانطباع النهائي الذي يتكون لدى المشاهد[4]. وهذا ما يؤكد ((ان البناء العضوي يستهدف انتباه الناس ومتابعتهم للنشرة مع توفير اكبر قدر من الراحة لهم اثناء المتابعة ..))[5].

فتخطيط النشرة الاخبارية التلفزيونية، يجب ان يبلغ الذروة في الاعداد ولكل موضوعاتها، ذلك ان عملية الاعداد والاخراج والتناسق* عملية معقدة، فهي

(1) د . كرم شابي، الخبر الاذاعي، م . س . ذ، ص71 .

(2) هستروواي لان . ج. تو، م . س . ذ، ص 194 .

(3) محمد معوض، اخبار التلفزيون، م . س . ذ، ص 69 .

(4) محمد معوض – بركات عند العزيز، م . س . ذ ،ص 159 . وللمزيد انظر.. عن موعد النشرة الاخبارية من حيث التزام بعض المحطات التلفزيونية بذلك والبعض الاخر منها يحرص على ان تكون الاخبار التي تحتل قدر من الاهمية عدم التزام المحطات التلفزيونية بذلك، بل صح تتابع تطور الخبر في أي لحظة وقطع البرامج في حالة حدوث تطور مهم (ثامر مهدي، نشرة الاخبار التلفزيونية، بغداد، مجلة البحوث ،المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين العدد [26] حزيران، 1989، ص 64 – 66 .

(5) سعد لبيب – كرم شلبي، م . س . ذ، ص 78 .

* ان التناسق الذي تم الاشارة اليه، لا يشمل فقط تناسق الكلام مع الصورة الفلمية (المتحركة او الثابتة) وانما ايضاً ترتيب الاخبار، ابتداء من الخبر الاول الى الخبر الختامي وبما يجعل الانتقال من قصة الى قصة اخرى يتم بشكل تدريجي وبطريقة يجعل المشاهد مشدوداً للمشاهدة (سعيد محمود السيد، م. س . ذ، ص 177) .

تطلب ترتيب الموضوعات الاخبارية، على وفق . . (أهميتها – نوعها الصحفي – طرق التقديم والايقاع)، بحيث يضمن أيجاد ايقاع متميز وعام للنشرة كلها[1]، هذا بالاضافة الى، اشتراط شمول النشرة الاخبارية بنوعين من الاخبار، اخبار لقطية واخرى مزدوجة مكونة من الفاظ وصور (لشخص او مرسومة او خريطة وغير ذلك من الاشكال التوضيحية) واخبار مصورة وتصريحات ولقاءات تلفزيونية وتقارير حية[2]..

وهنا لا بد من الاشارة الى ان ترتيب الاخبار في بعض المحطات التلفزيونية ترتبط بمعايير خاصة تتماشى مع سياساتها وهي[3]:

1 – المعيار السياسي

وتأتي على وفق هذا المعيار الاخبار الخاصة برؤساء الحكومات واخبار النشاط الوزاري والشخصيات السياسية الوطنية وهي تمثل مقدمة النشرة عادة، كما يرتبط المعيار السياسي بالعامل الجغرافي (الاقليمي) اذ تليها اخبار الدول المجاورة.

2 – المعيار الزماني والمكاني

تمثل الاخبار الجديدة أهمية خاصة من وجهة نظر المحررين فتتقدم على غيرها من الاخبار، كما تأتي الاخبار الوطنية تليها الاقليمية ثم العالمية بشكل متسلسل.

3- المعيار الاجتماعي

وانطلاقاً من هذا المعيار فان عملية ترتيب الاخبار تخضع لعوامل تأخذ بنظر الاعتبار الوضع النفسي للمتلقي والفئات الاخبارية التي تبحث عنها كل شرائح المجتمع بما يضمن جذب اهتمامهم وعدم ارهاقهم، وتمثل عملية ترتيب الاخبار بناءاً عضويا متكاملاً يهدف الى شد انتباه الناس وتشجيعهم على متابعة النشرة حتى

(1) محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، م . س . ذ، ص 170 .

(2) د . عبد العزيز الغنام، مدخا الى علم الصحافة، ج 3، م . س . ذ، ص 113 .

(3) سامي يوسف، م . س . ذ، ص 45 .

نهايتها وتوفير اجواء مريحة في اثناء عملية المشاهدة في كل مراحل العرض الاخباري.

ان كل ذلك يساهم في تكوين الانطباع النهائي لدى المشاهد[1]، فللعرض الاخباري بداية ووسط ونهاية، ولكل منها اسلوب مميز ومتطلبات خاصة عبر العناصر والقيم الاخبارية التي تلعب دوراً مهما في ذلك، فالقضية الاخبارية المهمة هي التي تتصدر النشرة بسبب الحدث الذي تحتويه[2].

فكل قصة اخبارية لها وحدة بنائية تتبع في العادة تسلسلاً ذا اجزاء تبدأ من الذروة مروراً بالسبب لتنتهي بالاثر، فالنشرة الاخبارية ترتب بحسب أهمية اخبارها، أي ان تبدأ بالاخبار او بالقصة الاهم التي تهم جمهور المشاهدين بالدرجة الأولى، فمقدمة النشرة تعد اهم خبر مصور فيها، ومن ثم يعد افضل قمة للعرض الاخباري بالمقارنة بأي خبر غير مرئي قد يتساوى معه بالأهمية .. فمن الطبيعي، لا يمكن لأي خبر مصور ان يكون خبراً مهما لمجرد انه غطي تغطية تلفزيونية رائعة كما يحدث في بعض محطات التلفزيون، بل ان الخبر سيظل تافهاً او مزعجاً على الرغم من اللقطات المثيرة التي توهم بأن هناك حدثاً ضخماً[3]..

فالخبر مهما كان مضمونه يجب تقييمه قبل تغطيته أي من خلال العناصر والقيم التي يحتويها (تلاقي قيم الحركة والعاطفة والدلالة والاهمية والتشويق ..الخ)[4]، شان أي مادة او برنامج اذاعي درامي اوشبه درامي، تبدأ بـ:

❖ عنوان العرض الإخباري (نشر النشرة):

من المعروف ان كل نشرة اخبارية تلفزيونية تبدأ (بنشر) مصور مصحوب بلحن موسيقي مميز يهدف الى تمييزها عمل عداها من فقرات، وكمحاولة لربط

---

(1) محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، م.س.ذ، ص 145 .

(2) المصدر نفسه، ص 145 .

(3) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م.س.ذ، ص 159 .

(4) محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيزني، م.س.ذ، ص 146 .

المشاهد واثارة اهتمامه للاقبال على مشاهدة العرض بما يضيفه اليها من عنصر مشوق [1].

❖ بداية النشرة:

تحتل القصص الاخبارية المهمة في مقدمات نشرات الاخبار مكانة متميزة لدى العديد من محطات التلفزيون ومهما كانت الاخبار (محلية او قومية (اقليمية) او عالمية[2]، أي ان يكون الخبر جذاباً من خلال الكم الهائل من الاخبار الواردة الى المحطة حيث تختلف الاخبار الواردة في مقدمة العرض من محطة الى اخرى.. ذلك ان مقدمة النشرة تلعب دوراً مهماً في كسب اهتمام المشاهد وذلك بالتقاط اهم خبر في النشرة وتقديمه في البداية من خلال اللجوء الى نظرية المهم فالاهم في بث الاخبار وعلى درجة عالية من الاهمية[3].

وبعبارة اخرى، ان الخبر ألاول الذي يتصدر اخبار التلفزيون هو اهم خبر في الاخبار اليومية، وغلباً ما يكون من الاخبار ذات الاهتمام الاول للمشاهدين سواء اكانت هذه القصص الاخبارية سياسية ام اقتصادية ..الخ[4]، ففي المحطات التلفزيونية الاميركية يكون احياناً الخبر الاول فنياً او رياضياً وربما يقدم على اخبار الرئيس الامريكي، كما قد يكون العرض الاخباري مستهلاً بخبر خارجي عن الشرق الاوسط[5].

ولما كانت نشرة الاخبار، تتضمن مجموعة من الانباء القصيرة والمقترحة والمهمة والتي تقدم من مواقع الحداث، فلا يجوز استثارة المشاهد لاخبار التلفزيون طوال مدتها التي تتراوح بين ربع ونصف ساعة، فهو يحتاج بعد اخبار المظاهرات

(1) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م . س . ذ، ص 159 .

(2) المصدر السابق، ص 163 .

(3) سعد لبيب – كرم شلبي، م . س . ذ، ص 78 .

(4) محمد معوض، اخبار التلفزيون، م . س . ذ، ص 71 .

(5) روبرت هيرشمان – هنري كركز، اخبار التلفزيون والشرق الاوسط، واشنطن، مجلة ميد ايست جورنال، ترجمة مركز التوثيق الاعلامي، بغداد، 1981، ص 491 .

والحروب والثورات الى فرص لتهدئة نفسه، أي انه يحتاج الى خبر يثير الاطمئنان في نفسه، وقد يحتاج الى راحة خفيفة تبث بعدها الاخبار المهمة الاخرى[1].

وعلى وفق ذلك، فأن عملية ترتيب الاخبار وتنسيقها تكون خاضعة لسياسة المحطة، فالبعض يشبه الى ما يرد في مقدمة النشرة من القصص الاخبارية مثل الاخبار التي تمثل مانشيتات الصحف، كما انه من الضروري ان يكون الخبر الاول خبرا مصورا حيا مسجلاً بالصوت والصورة الحية من موقع الحدث قياسا الى الاخبار الاخرى والتي قد تكون مساوية في الاهمية للخبر الاول ولكنها غير مصورة.

❖ **وسط النشرة:**

لا تقتصر اذاعة نشرات الاخبار ذات الطابع المهم في البداية او النهاية، وترك وسط النشرة خاليا من الاخبار الهامة، وانما يكون هناك تدرج من البداية والوسط والنهاية من اجل كسب انتباه المشاهد وشد من البداية الى النهاية[2].. وذلك بأن تتضمن جميع الاخبار الواردة في النشرات الرئيسية أهمية خاصة بالقدر الذي يؤهلها للاختيار، فقد لا يعني وضع الاخبار بوسط النشرة انخفاض مستوى الاهمية، لكن قواعد العمل تفرض تكرار الذروات الاخبارية على شكل امواج متتابعة ترتفع وتنخفض من اجل المحافظة على قدر كاف من الاثارة وعلى مدى أجزاء النشرة وفقراتها[3].

كما تراعي ايضا، مجموعة من الامور لا بد من الاخذ بها بنظر الاعتبار الا وهي ضرورة التوازن في الاخبار (العربية – الاقليمية – العالمية) مع الترابط فيما بينها، ذلك ان الخبر الخاص برد فعل حدث معين لا بد ان يتلو الخبر الخاص بهذا الحدث بصرف النظر عن البعد المكاني او الجغرافي بين مكان الحدث ومكان رد الفعل او قد يكون التشابه بين موضوعات الاخبار او التناقض الذي تحمله[4].

(1) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م . س . ذ، ص 165 .

(2) سعد لبيب – كرم شلبي، م . س . ذ، ص 79 .

(3) .Robrt , osborn: op . cit . p . 62 .

(4) د . كرم شلبي، الخبر الاذاعي، م . س . ذ، ص 73 .

ومن جهه اخرى، ضرورة عدم اجهاد المشاهد في متابعة النشرة الاخبارية، الى جانب – الموازنة بين الاخبار المقروءة والمصورة او التي تحتمل تعليقاً صوتياً، فعلى سبيل المثال – لا يشتمل الجزء الاول من النشرة على اخبار مصورة ثم تقع المادة الصورية (الفلمية) في الجزء الاخير من النشرة مما يربك عمل النشرة والمشاهد[1].

❖ **نهاية النشرة:**

وتعد من اهم اللحظات التي تستحوذ على اهتمام المشاهدين، فبعض المحطات تقدم موجزا مصورا لأهم الاخبار التي تناولها العرض الاخباري قبل نهاية النشرة، في حين تشير الدراسات والبحوث الى ان الفقرات الرياضية تعد من امتع الفقرات التي تقدم في نهاية النشرة الاخبارية لما تتميز به من الحركة والسرعة والحيوية، كما تلعب الاخبار الخفيفة ايضا دورا في جذب الاهتمام[2]..

وهذا ما تفعله شبكة الاخبار العربية على سبيل المثال في نشراتها الاخبارية من وضع الاخبار الرياضية ثم اخبار الاقتصاد ومن ثم اخبار الطقس، ان مثل هذه الاخبار من شأنها ان تخلق نوعا من الراحة والاسترخاء، بحيث تنقل المشاهد الى المعايشة باجواء جميلة ومشرقة بعد التركيز على الاخبار الجادة في بداية النشرة، ذلك أنه من غير المفضل ختم النشرة الاخبارية باخبار تحمل طابعا ماساويا او محزنة لما ستولده من آثار سلبية ترابط المشاهد طوال اليوم، فيجب ان تختم النشرة باخبار ذات حيوية وبأسلوب جيد بهدف ضمان المتابعة الجيدة مع إضفاء الابتسامة الهادئة في تحية الختام[3].

ومن جانب اخر، ترافق النشرة الاخبارية التلفزيونية الرئيسة تقارير اخبارية تتناول بعض الاحداث المهمة التي وردت في الاخبار، اذ تتعلق هذه الاخبار التي قد

---

(1) المصدر السابق، ص 74 .

(2) د . محمد عبد القادر، الاعلام والدعاية، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1972، ص 263 .

(3) Hall , Himmelstein: Television Mythand , The Amrican mind .U . S .A . 1984 . p . 195 .

تكون في بداية النشرة او وسطها او خاتمتها باحداث ذات اهمية، مع الأخذ بما يأتي[1]..

(1) مراعاة السقف الزمني الذي سيحتله التقرير والتركيز على المعلومات المهمه التي توضح جوانب وابعاد الخبر المختلفة.

(2) يفترض ان يطرح التقرير الواقعة الاصلية للخبر في المقدمة وبشكل مختصر ومن ثم متابعة تطورات الحدث بقدر متوازن من التفصيل.

(3) استعراض الجوانب المختلفة التي تفسر الخبر ونتائجه وآثاره وردود الافعال المترتبة عليه.

(4) الاستفادة من قوالب التحرير الاخباري المختلفة في استعراض الاحداث بشكل متسلسل منطقيا ومتناسق وصولا الى اخر تطور في الحدث.

جمع الأخبار التلفزيونية إلكترونيا:

يتجلى التطور الذي احدثته الاقمار الصناعية ثورة كبيرة في عالم الاتصال ولاسيما في مجال التلفزيون حيث أدت الى تحقيق الآنية في نقل الاخبار والبرامج الاخبارية من انحاء العلام المختلفة، فالاقمار الصناعية قد وسعت بشكل كبير قدرة الوسائل الاعلامية على نقل الاخبار عبر الحدود الدولية، وهو ما ادى بطبيعة الحال الى تقديم المادة الاعلامية في زمن حدوثها، بحيث سهل الاسلوب* التلفزيوني في ذلك القدرة على الوصول الى ادراك المشاهد وجعله يتعايش بشكل مريح مع الحدث أي لا يحتاج الى بذل جهود كبيرة، كما هو الحال، في الاستماع لنشرات الاخبار في الراديو والذي يتطلب الاصغاء الجيد[2]..

---

(1) د. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، م. س. ذ، ص 128.

* للمزيد انظر..

د. عبد العزيز شرف، الاساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000، ص 62 وما بعدها.

(2) مصطفى عيروط، وسائل الاعلام والمجتمع، الاردن، مطبعة فلاديفيا، 1982، ص 60.

ان هـذا التطـور الجديـد في الـصحافة التلفزيونيـة قـد ادى الى الاسـتغناء عـن مهمّـات حـراس البوابـة بـشكل كـبير، فعلـى سـبيل المثـال، عنـدما يقـوم مراسـل تلفزيوني في بلد معين بارسال خبر او برنـامج اخبـاري عـن طريـق القمـر الـصناعي الى مكتب الاخبار بنيويورك، ليرسـل بعـد ذلـك الى مركـز التوزيـع الاقليمـي في منطقـة معينة لتوزيعـه علـى المحطـات المشتركة وايضا اجهـزة الاسـتقبال في سـطوح المنـازل، بحيث يظل التقرير الفلمي يصور ويخضع لعمليـة المونتـاج وهـو في الهـواء حتـى وصـوله ودون تشويش،وفي بعض الاحيـان يحـصل تـشويش في الـصوت او الـصورة بـسبب خلـل فني اثناء عملية النقل[1]..

لـذلك، فـان علميـة تجميـع الاخبـار الكترونيـا، يقـصد بهـا ((تجميـع الموضـوعات الاخباريـة التلفزيونيـة دونمـا حاجـة الى اسـتخدام الافـلام، فـالتطورات الفنية في هذا المجال قـد مكنـت مـن الاتـصال في اتجـاهين بـين غرفـة تحريـر الاخبـار وفريق او طاقم التغطية الاخبارية في موقع الحدث، بحيث تـسمح للمحـررين بمراقبـة الخبر او التقرير الاخباري بشكل متواصل وما يجري له من التقاط الـصور وكـذلك الصوت[2])).

وعليه، فإن ادخال نظم الكومبيوتر الى غرف تحليل الاخبار والاسـتديوهات الملحقـة بهـا، وعـبر تجميـع الاخبـار مـن المنـدوبين او المراسـلين او المـصادر الاخـرى الداخلية والخارجية واعدادها للبث بعد ادخـال مـايراد ادخالـه مـن الحـذف والاضـافة واعـادة الترتيـب، ومـن ثـمّ توصـيلها الى كـل مـن يتـصل عملـهم بالاخبـار ولاسـيما استديوهات التنفيذ قد غير الاسلوب القـديم في جمـع الاخبـار وتحريرهـا واخـضاعها للمونتاج ومن ثم بثها من خلال اجهزة اما ان تكـون موجـودة في المحطـة او عـبر سـيارة مجهـزة تجهيـزا خاصـا بارسـال اشـارات تلفزيونيـة الى القمـر الـصناعي، بعـد ان تُحجَزقناة قمرية معينة وبوقت معين ليتولى هذا القمر اعادة بثها الى الجمهور مباشـرة

(1) جون . ر . بيتز، م . س . ذ، ص 347 .

(2) وليـد اليحيـى، تجميـع الاخبـار التلفزيونيـة الكترونيـا، تـونس، مجلـة اذاعـات عربيـة، العـدد [3]، 1984، ص 77 .

او الى مركز المحطة الإقليمي لتعيد هذه المحطة بثها في اقرب وقت[1]، بحيث أصبحت هذه الطريقة هي أسلوب جميع المحطات أو الشبكات التلفزيونية الأخبارية في العديد من دول العالم[2].

وبمعنى أخر، فان جمع الأخبار إلكترونيا قد جعل الحدث بين أعيننا في لحظة وقوعه، وهو ما جعل متابعتنا للاخبار فورية وقوة جاذبية، فضلا عن الاحساس المتعاظم بالمشاركة الذي يحققه التقرير الحي للمشاهد[3].

وبذلك، فان آلية عمل جمع الأخبار تتمثل في ان يتوفر في غرفة الأخبار الرئيسة اجهزة استقبال للاحداث الاخبارية[4]،أي عندما يصور الخبر من موقع معين ينقل الى المحطة الرئيسية لاجراء المونتاج عليه في الجو بحيث ان المندوب عمل على نقل مشاهد الحدث حية، كمانه يقدم اخر التطورات ويلحق به، بحيث ان في بعض الاحيان واثناء عملية المونتاج وعلى الهواء ان يسجل تعليقه على الصورة اذا كان الحدث مصورا فقط او انه يعمل على قراءة مباشرة من موقع الحدث في اثناء عرضه، فهذا الجمع يعمل على الريط ما بين المادة الحية المباشرة من موقع الحدث الى جانب المادة المسجلة بإظهار المندوب في موقع الحدث[5]..

الى جانب ذلك، فان هذه الآلية من العمل الاخباري تسهل اتصال مقدم الاخبار قارىء النشرة بمندوبي الاخبار في مواقعهم وبالمخرج ومنسق الاخبار المنقولة الكترونيا، مما اسهم في اعداد وتنفيذ نشرات الاخبار وبشكل آني وسريع، كما أن تغطية الأحداث إلكترونيا مكّن كاميرات جمع الاخبار بالتنسيق مع وحدات التصوير الخارجي المجهز بهوائي متحرك صغير يعمل على الموجات المتناهية القصر بايصال تلك الوحدات بغرف او استديو الأخبار، فضلاً عن وحدات الإذاعة الخارجية

(1) كارولين ديانا لويس، م. س. ذ، ص 12 .
(2) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 155 .
(3) كارولين ديانا لويس، م. س. ذ، ص 85 .
(4) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م. س. ذ، ص 156 .
(5) كارولين ديانا لويس، م. س. ذ، ص 89 .

والتي يتم تنقل عن طريقها الرسالة الاخبارية حال وقوعها اذ يتم الاتصال بين الرسالة الأخبارية وموقع الحدث وغرفة الأخبار (أستوديو)[1].

ولا بد من الأشارة، الى أن عملية المونتاج الالكتروني تحدث في اثناء نقل الخبر على الهواء، ذلك ان اختياراللقطات تحدث في حينها اما الاخبار الاعتيادية فيتم تسجيلها على اشرطة فديو ويتم توليفها باختيار اللقطات المطلوبة وباشراف المحرر، اضافة الى ذلك، يمكن عمل مونتاج للصوت وحده او للصورة وحدها او للاثنين معاً، وبعد المونتاج تجمع القصص الاخبارية على شريط بحسب تتابعها في العرض الاخباري وتوضع في جهاز خاص يشغل عندما يحين موعد العرض الاخباري[2]..

وعليه، فقد اعطت عملية جمع الاخبار الكترونيا ميزات عديدة تتمثل بـ...

1 – امكانية نقل الاحداث وتغطيتها حين وقوعها.

2 – ان اشرطة الفديو المستخدمة في التسجيل يمكن اعادة استخدامها مرات عديدة، وفي بعض الاحيان – يسجل الحدث الاخباري كله حتى لا يفت للمحطة أي شيء هام غير متوقع[3].

3 – ((حتى ولو لم يكن النقل الحي مطلوبا، فان هذه الوسيلة تعطي وقتا اكبر لمنتجة الاخبار التي تحدث قبل موعد النشرة الاخبارية.

4 – خفض التكاليف في حالة تجميع الاخبار الكترونيا، خاصة اذا كانت هناك موضوعات اخبارية طويلة واريد استخدام بضعة ثوان منها للنشرة الاخبارية))[4].

---

(1) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م.س.ذ، ص 156 .

(2) المصدر نفسه، ص 156 .

(3) كارولين ديانا لويس، م.س.ذ، ص 85 .

1- وليد اليحيى، تجميع الاخبار التلفزيونية الكترونيا، م.س.ذ، ص 79 .

2- د . ليلى عقاد، مدخل الى التلفزيون، دمشق، مطبعة جامعة دمشق، 1988، ص 98 وما بعدها وللمزيد انظر: المصدر نفسه ص (93 – 99)

3- د. صابر فلحوط – د. محمد البخاري، العولمة والتبادل الاعلامي الدولي، دمشق، منشورات دار علاء الدين ،1999، ص 68 ومابعدها

5 – لا يتطلب استخدام التجميع الإلكتروني للأخبار معامل تحميض ومواد كيماوية.

6 – لا يتطلب استخدام التجميع الإلكتروني لاكثر من عامل او عاملين في هذا الميدان.

أساليب عرض الأخبار والبرامج الأخبارية:

تزداد فعالية الرسالة الاعلامية كلما كانت الرسالة تتماشى مع الاحتياجات التي تؤدي الى تحقيق الهدف التي تأخذ في اعتباره القيم السائدة والمواقف والاراء والمعتقدات الخاصة بالمستقبلين، وهذا يرجع الى اهمية التكنيك المتبع في اعداد الرسالة وصياغتها ومن ثم ايصالها الى الجمهور، فاهميته تبدو واضحة عند وضع الخطة التفصيلية عبر تحديد الاهداف وابعادها ومضمون الرسالة وتحديد مجالات التنفيذ، وتوقيته ومستقبل الرسالة الاعلامية والمتطلبات المادية والبشرية وهذا ما يشير اليه ماكلوهام من مضمون الرسالة لايمكن النظر اليه بمعزل عن التكنولوجيا التي تستخدمها وسائل الاعلام، فالكيفية التي تعرف بها المؤسسات الاعلامية الموضوعات، وطبيعة الجمهور الذي توجه اليه رسالتها الاعلامية يؤثر في ما تنقله تلك الوسائل .. ومن هنا، تكمن قوة الرسالة الاعلامية من خلال الأسلوب الذي تقدم به، فالأسلوب دور كبير في وسائل الاعلام، لان اللغة كاداة اتصال تعتمد على الأسلوب الذي يقوم بوظيفته الفاعلة، فقد يكون الموضوع او القضية او الفكرة ذات قيمة عالية وكبيرة بالنسبة لقطاع كبير من الجمهور، ولكن اذا افتقرت الى الاسلوب المناسب في الطرح بالنسبة للمتلقي وجدت نفورا وربما فقدت قيمتها او قدرتها على احداث او منع حدوث تغيير ما [1]، ويلعب الشكل الذي يظهر به الخبر سواء اكان في الصحف ام يبث في الاذاعة او يعرض في التلفزيون دورا رئيساً ايضا في زيادة الاثر الذي يتركه الخبر في المتلقي، فهو يعطي

(1) د. كمال عبد، جماليات الفنون، بغداد، منشورات دار الجاحظ، الموسوعة الصغيرة، العدد [29] حزيران.

تركيبة مادية او بناء شكلي يحدد المعنى الداخلي للاطار العام له مع الحفاظ على المحتوى الفكري للمضمون[1].

ولما كانت الكتابة للتلفزيون تختلف عن بقية وسائل الأعلام الأخرى، ذلك، انه يعني الكتابة للعين والاذن، فالصورة تخاطب العاطفة والكلمات تجتذب العقل لتكمل كل واحدة منها مضامين النشرة الاخبارية وبشكل حيوي وذات اسلوب مقبول من جهة، ويضفي على اخبار التلفزيون طابعا مميزا واسلوباً تحريرياً يختلف عن باقي وسائل الاعلام الاخرى[2]، كما يؤخذ في الاعتبار مصادر الرسالة الاعلامية وكيفية تقديمها وتطوراتها الى جانب الوسيلة الاعلامية، فالوسيلة المرتبطة بها ذات تأثير قوي، الى حد يصل الى اهمية الرسالة في حد ذاتها[3]..

فلغة التلفزيون، هي لغة الحياة العملية، مما يتطلب من محرر اخبار التلفزيون ان يخاطب كل فئات المشاهدين المتباينة والمتنوعة، فالأسلوب الذي يتسم به يجب ان يتميز بالبساطة والحيوية والوضوح وان يعتمد على اللغة السريعة والواقعية ويخاطب ممشاهديه باللغة التي يفهمونها بسرعة اذ ان القصة الاخبارية في التلفزيون تعتمد على قاعدة ولاسيما في صياغة الاسلوب الذي تعرض به من حيث البدء بالعناصر المهمة في الخبر أي المقدمة الخبرية وجسم الخبر اللتين تشكلان جوهر الخبر لتؤدي في النهاية الى جذب انتباه المشاهد وابلاغه بما حدث[4]، وهو ما تحرص عليه المحطات الاخبارية في التركيز على ذلك من خلال تكنيك الاثارة في الرسالة الاعلامية التي تتماشى مع اهتمامات المستقبل وربطه بها، فجذب انتباه المستقبل يرتبط بعدد من العوامل، اهمها طريقة تقديم الرسالة وخصائص القائم بالاتصال وصياغة الرسالة ومضمونها وخصائص مستقبليها[5].الى جانب ذلك، يلعب التكرار

---

(1) ، 1980، ص 46.

(2) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م . س . ذ ، ص 168 .

(3) د. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام – مدخل، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1992، ص 274 – 282 .

(4) محمد معوض – بركات عبد العزيز، م . س . ذ ، ص 169 .

(5) د. محمد علي العويني، دورالتكنيك في الاعلام الدولي، القاهرة، عالم الكتب، 1979، ص 15 .

للرسالة الاعلامية دورا مهما في ذلك لانه من العوامل التي تساعد على الامتاع، ولكن اعادة الشيء نفسه دون تنويع قد يضايق المتلقي، مما يتطلب تكرار نفسه باستمرار الهدف ويعمق النوعية بالمعنى المقصود منه[1]، وهذا ما يؤكده علماء النفس من ان التكرار هو السبيل لربط الانفعال وتركزه حوله فضلاً عن ما يثيره من انفعالات اخرى تدخل في تركيب العاطفة، وان عاطفة قوية كافية لتحديد نشاط الفرد واتجاهه في الحياة[2].

فالتطور الهائل لوسائل الاتصال الجماهيري ودخولها مجال التقنية المتقدمة جدا تضاعف مرات عديدة التأثير الذي تحدثه تلك الوسائل في الجماهير، فلم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الاعلامية بصورة مجردة، بل قد اصبحت صناعة تتضمن العديد من المؤثرات النفسية والاجتماعية، كما ان للاخراج النهائي لها فنا قائما على اخر المبتكرات التقنية من خلال توظيف المؤثرات الصورية او الصوتية او الخدع او الحيل لسينمائية، فكلما كانت ذات صياغة مخططة كانت طريقة العرض جذابة ومؤثرة وبالعكس[3]..

ومن خلال ما تقدم، فإن اساليب عرض الاخبار التلفزيونية تتنوع على وفق طبيعة الحدث وسياسة المحطة بابراز او اتباع طريقة مميزة عن غيرها من المحطات الاخرى، فهناك بعض بعرض موجز سريع للاخبار المهمة في النشرة الاخبارية سواء كان مصحوباً بمادة مكتوبة او بتعليق صوتي على المادة الفلمية[4]، او باستخدام طريقتين في العرض الاخباري، منها: في داخل الاستديو وذلك بان يتحدث مقدم النشرة من خلف مكتب ووراءه صورة خلفية او بجانبه صورة لاهم الاحداث سواء أكانت حية ام ثابتة او ان تظهر صورتان منها لمقدم النشرة مع شخصية (مندوب، محلل، كاتب، شخصية، ... الخ) يتحدث معها أو أن يظهر فيلم من الأرشيف يصاحبه صوت المقدم او الصوت الاصلي، اما في خارج الاستديو، حيث تتنوع

(1) د. جيهان رشتي ،الاسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1975، ص 448 .

(2) محمد فريد، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، جده، دار الشروق، 1984، ص 10 .

(3) د. محمد بن عبد الرحمن الحضيف، م . س . ذ، ص 57 – 58 .

(4) محمد معوض، المدخل الى العمل التلفزيوني، م . س . ذ، ص 152 .

الاساليب في ذلك من خلال مواجهه المراسل للكاميرا وهو يتحدث مع امكانية تغيير الكادر وايضا تنويع اللقطات، وصوت المراسل الواقعي لحدث متطور ولاحق، وصوت المراسل معلقا على مشاهد فلمية لا تظهر فيها صورته او مشهد فلمي وصوت واقعي بدون كلام بحيث قد يتضمن مشاهد بصرية غير طبيعية كأن تكون توليف سريع او مترابط وذالك بانزال الصوت على مادة فلمية معينة وبالعكس، او اللجوء الى استخدام صورة ثابتة الى للمراسل وهو يتحدث مع صورة ثابتة ايضا لحدث في مكان معين او المراسل يتحدث مع كلا المتكلمين في اللقطة او أن تظهر صورة الشخصية التي يجري الحوار معها يرافقها شريط صوتي مصور[1].

الى جانب ذلك، يستعان بما يسمى باسلوب الذروة او القمة وهو ما يقدم الاخبار المهمة والمستعجلة التي يكون الهدف من عرضها اعطاء الحقائق بسرعة الى المشاهدين وهو ما يطابق طريقة العرض في الاسلوب الذي ذكر سابقا وكذلك بأتباع ما يسمى ايضا بسياق الترتيب الزمني، اذ يتعرض المحررون للقصص الاخبارية المثيرة للاهتمام ويعرف باسلوب التفسير، الذي يقدم احداث الخبر بشكل متسلسل وتفصيلي ويشرح الظروف والاجواء العامة المحيطة بالحدث، والنوع الثالث، الى جانب الاسلوبين السابقين المزاوجة بين هاتين الطريقتين السابقتين، وذلك بأن يتضمن مقدمات مكثفة وتلخيصية واستعراضا لبقية التفاصيل الأقل اهمية بشكل تنازلي متسلسل او بتقديم اخر المستجدات في نهاية الخبر وهو ما يتبعه بعض المحررون ايضا [2].

وفي بعض الحالات، تلجأ المحطات الى اسلوب التكرار في عرض الاخبار ذات الاهمية الخاصة بالاحداث عدة مرات وعلى مدار نشراتها الاخبارية مع اغنائها بكل ما يطرأ على الخبر من تفاصيل جديدة[3]. وعليه، فأن كل هذه الاساليب تهدف الى زيادة قدرة المشاهد على استيعاب مضمون المادة الاخبارية وجعلها اكثر سهولة واستيعاب ومنها في تقبل المعلومات المعقدة بشكل بسيط مرئي.

---

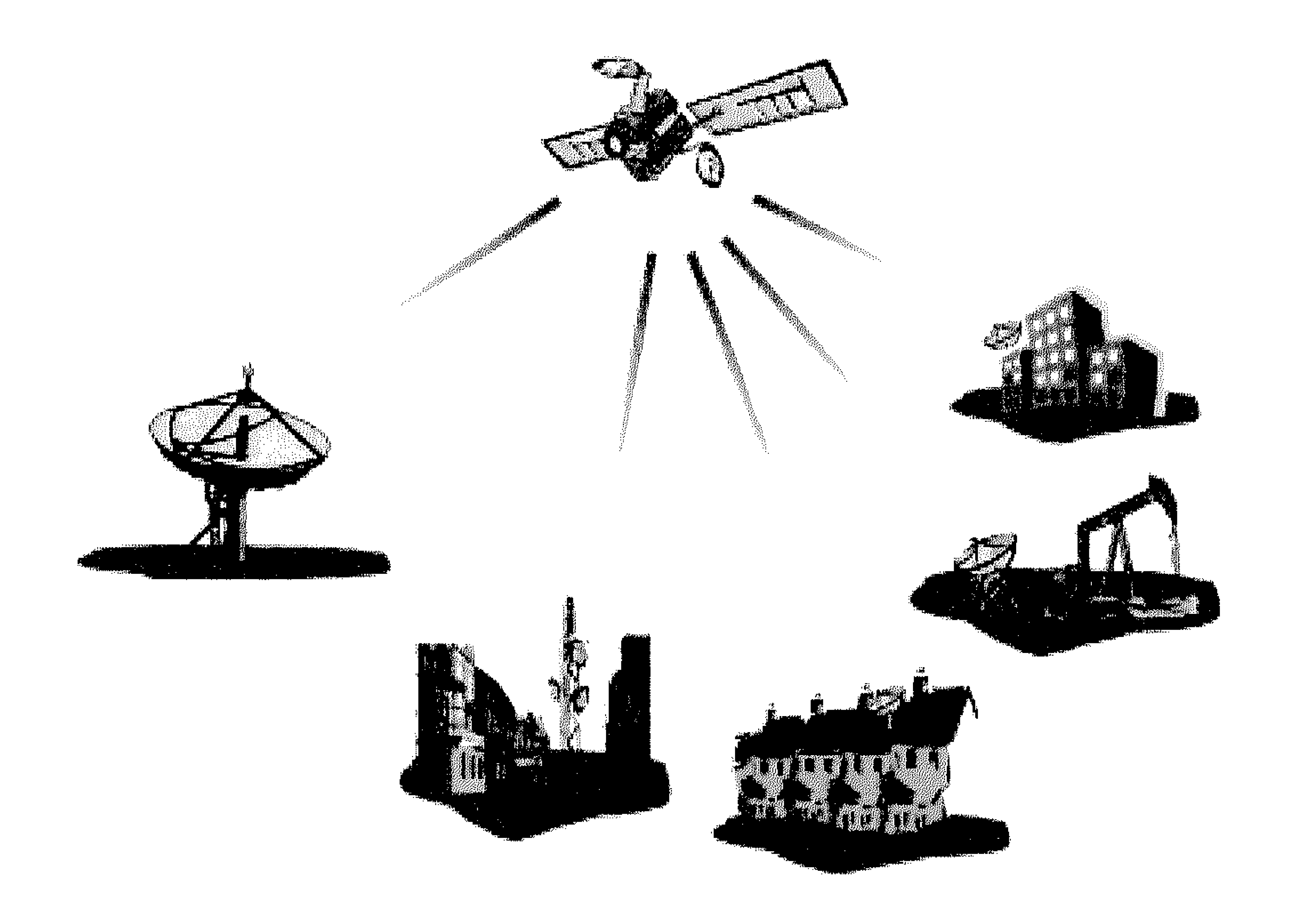
(1) جون كورنل، م. س. ذ، ص 74 – 75 .

(2) محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، م. س. ذ، ص 150 .

(3) متابعة تلفزيونية من قبل الباحث بتاريخ 5 / 12 / 2000للقنوات الفضائية الاخبارية ((الجزيرة – شبكة الاخبار العربية - ابو ظبي - دبي – الخ))

الفصل الثاني

الشبكات الفضائية الإخبارية
و دورها في التبادل الإخباري



المبحث الأول

التبادل الأخباري على المستوى الدولي

لقد تركت ثورة الاتصالات بصماتها الواضحة على جميع مجالات الحياة المختلفة وكذلك باختزال الحدود الجغرافية والسياسية فضلاً عن تقارب المسافات والأزمان بصورة لم يسبق لها مثيل فقد لعبت هذه الثورة دوراً مهماً في تدفق الإخبار والمعلومات .. ذلك أن ((الأعلام لم يعد وسيلة ترفيهية وتسلية وأخبارية وتثقيفية ، ولا مجرد رصد للأحداث ونقل المعلومات والأخبار فحسب، بل هو ابعد واعمق من ذلك، فهو رسالة ذات قدرة تأثيرية هائلة ..))[1] ، ولذلك أصبح في عصرنا الراهن صناعة لها مقوماتها التقنية عبر استيعابها واستفادتها من التقنيات المتعددة الاتصال، إذ تمثل ذلك في:

1- شمولية التغطية للأحداث في العالم .
2- كتابة النص بصيغة توحي بالموضوعية .
3- سرعة توصيل الخبر .
4- تأمين التسهيلات التقنية لتلقي الخبر .))[2].

لذلك فعند الحديث عن التبادل الإخباري على المستوى الدولي، لابد من الإشارة الى أهم المقومات العامة التي تساعد كل دولة أو هيئة أو مشروع على تكييف النظام الإذاعي (المسموع أو المرئي) بما ينسجم والظروف التي تمر بها على

(1) د . احمد محمد ألا صبحي ،أوراق في المشروع العربي ،عمان، دار البشير، 1996، ص85 - 86
(2) خير ميلاد أبو بكر، التدفق الإعلامي من جانب واحد، مجلة البحوث الإعلامية، ليبيا، العدد (17)، 1999، ص35

التنظيم والأشراف، أهمها، التمويل الذي يلعب دوراً كبيراً في حجم البرامج التي تبث ونوعها، فكما هو معروف فقد كان للبعد الاقتصادي اثر كبير في زيادة النشاط وامكانية الحصول على خدمة إذاعية ذات حيز لا بأس به، مما د فع القائمين في معظم المحطات على الاستحواذ على أكبر عدد من الجمهور من خلال الأنفاق المتزايد للمحطة، ذلك أن هناك ثلاثة أنواع من التمويل ((حكومي أو عن طريق الإعلان وبيع النتاجات الإذاعية أو بواسطة اشتراكات المستقبلين))[1].

وهناك من يضيف نمطاً آخر من التمويل ألا وهو الضرائب التي تفرض على أجهزة الاستقبال والهبات التي تأتي من اكثر من مصدر ((المستثمرين أو رجال الأعمال))[2]. والمتتبع لنشاط أي محطة إذاعية، يلاحظ أن الإعلان يعد المصدر الأكثر تمويلاً بحيث تعتمد عليه في تمويل دخلها وبرامجها، فهنا تلجأ بعض المحطات التلفزيونية الفضائية الى الأخذ في بعض الأحيان بنظام الإعلان الحر أي ببيع وقت الإرسال الى أصحاب الأعمال والصناعات والتجار ولكل من يريد توصيل منتجاته الى المستهلك بالثواني والدقائق وعلى اختلاف أوقات الإرسال[3]، كما أن البعض الآخر من المحطات يلجأ إلى ما يسمى بالإعلان السياحي[4].

إن مثل هذه الخطوات، تكون الغاية من ورائها الوصول الى أكبر عدد ممكن من الملتقين وجذب انتباهم، وهذا ما تفعله المحطات التجارية بما يسهم في زيادة وارداتها ودفعها الى بذل المزيد من الجهد والطرق التي ليس لها من غاية إلا الحصول على المال[5]، ومن العوامل الأخرى التي تسهم في ذلك أيضا، العامل الجغرافي ،ويقصد بذلك حجم وشكل الأرض في منطقة أو دولة لها تأثير كبير في

---

(1) د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة ،ج 2، م.س.ذ، ص 177.

(2) جيهان رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص23

(3) عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج2، م . س . ذ، ص178

(4) متابعة شخصية من قبل الباحث في 20، 4، 2000 لقناة A.N.N وغيرها من القنوات

(5) د . إبراهيم الداقوقي، نظرة في إعلام العالم الثالث من خلال الأنظمة الإذاعية في الدول النامية، بغداد، مطبعة اليقظة، 1982، ص10 وما بعدها .

النظام الإذاعي ،إذ أن بعض الدول تقوم بإنتاج برامج موجهة الى جماهير الدول الأخرى من خلال إذاعتها بوساطة محطات قريبة أو باستخدام تقنيات البث المباشر بقصد سياسي أو تجاري من خلال البرامج أو المواد الإعلانية المختلفة من اجل تحقيق الربح أو إدراكا لحاجة هذه الدول المجاورة لمختلف هذه المواد البرامجية ،والمتتبع لذلك العامل، يتكون لدينا انطباع عن موقع لندن التي تعد من اكثر الدول التي تقام فيها محطات رئيسة أو فرعية لشبكات فضائية أو إذاعية بسبب موقعها الجغرافي المسيطر على مراكز الأقمار الصناعية أي نقطة الاتصال بها ،فهناك على سبيل المثال ،المركز الرئيس لشبكة الكيبل الأمريكية لجمع المعلومات في أوربا (CNN) أو مركز شبكة الأخبار العربية وأيضا مركز تلفزيون الشرق الأوسط (mbc)[1].

وبذلك، فقد فرضت الطبيعة الاتصالية لهذه المحطات تغييرات كبيرة مما مكنها من أن تكون شركات ذات ملكية خاصة تسري عليها مقاييس العمل التجاري والاستثماري بسبب التقدم التكنولوجي وتركيز الإنتاج والتسوق قدرة وسائل الاتصال على البث عبر أرجاء العالم[2].

وعند الحديث عن التقدم التكنولوجي لهذه المحطات وكيفية ارتقائها الى ما هي عليه من قدرة على جعل المواطن في قلب الأحداث لحظة بلحظة، لا بد من الإشارة الى تطور الأقمار الصناعية، ذلك أن الوضع القائم لهذه المحطات التلفزيونية الفضائية لا يمكن أن يتواجد لولا الأقمار الصناعية والشبكات الأتصالية والمحطات الأرضية، الدولية أو الإقليمية ذات القدرة العالية على تأمين الاتصال من الأقمار واليها وبالعكس وأيضا من الأقمار الصناعية إلى أجهزة الاستقبال المتوفرة في المنازل لدى الجمهور.

---

(1) جيهان رشتي . النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية . م . س . ذ . ص 23، وللمزيد انظر الصفحات (12- 27).

(2) تيسير أبو عرجة . م . س . ذ . 280 – 281.

وعليه فمنذ النصف الأول من القرن العشرين ، استخدمت الطائرات لتحقيق اكبر قدر من المراقبة الجوية ولمساحات محدودة من الأرض ، على الرغم من الصعوبات التي كانت تعترضها من حيث العوامل الجوية وصغر المساحات الأرضية وكذلك الحاجة لترخيصات بالطيران[1]، كما أن الإرسال الأرضي للإشارات التلفزيونية لم يك يغطي سوى مسافات قصيرة نسبياً ، إذ أن الإرسال عبر مسافات أطول كان يتطلب توافر سلسلة من وصلات المايكروويف المرتفعة التكاليف[2].

وعلى الرغم من ذلك فان أقمار الاتصالات الأولى التي أطلقت ولاسيما في مجال الاتصالات كانت صغيرة الحجم وقليلة الوزن بسبب عدم ارتقائها الى القدرات التقنية التي تحتويها ، بحيث كان عملها يقتصر على عكس الإشارات المرسلة إليها من الأرض، أي انها كانت اقمار سلبية[3]، بعدها توالت أحداث التطور في مجال تكنولوجيا الأقمار الصناعية ، ففي عام 1962 وللمرة الأولى نقلت البرامج التلفزيونية بوساطة الأقمار الصناعية عبر الأطلنطي[4].

بنقل البرامج تلفزيونياً، كما شهد عقد الستينات تطوراً في قدرات الأقمار الصناعية من حيث كونها سلبية الى إيجابية وبفاعلية شعاعية عالية ولاسيما القمرين (أوسكار –1) و (تلستار) إذ حققت إمكانيات هائلة في مجال الخدمة الهاتفية وبما يقارب (1000) قناة تلفونية وقناتين تلفزيونيتين[5].

وبإطلاق القمر (تلستار) ، اسهم في انتشار التلفزيون العالمي عبر استخدام الإذاعة (المسموعة والمرئية) في مجال الأقمار الصناعية وبشكل عالٍ[6]، وفي عام 1963 أطلقت وكالة أبحاث الفضاء الأمريكية (ناسا) أول قمر الى المدار الثابت

---

(1) مجلة تي في دش، العدد (77)، أيار 2000 , ص 24 .

(2) نوال محمد عمر، م . س . ذ . ص74.

(3) د. ياس البياتي، الإعلام العربي والدولي، بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر، 1992 , ص216

(4) مجلة تي في دش , م . س . ذ . ص24.

(5) د. فتحي الابياري، الإعلام العالمي والدعاية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية ، 1985 , ص 113.

(6) د . جيهان رشتي، تكنولوجيا الاتصال والاتجاهات الحديثة في مجال التلفزيون، الرياض، مجلة تلفزيون الخليج، العدد (2 , 3) تشرين الأول، 1993 , ص 44.

حول الأرض وهو (سينكوم –2)[1] ،وفي سنة 1965 أطلق القمر الروسي (مولينا – 1) لنقل البرامج التلفزيونية والاتصالات اللاسلكية ،وهو من الأقمار غير الثابتة لأنها لم توضع في المدار فوق خط الاستواء وانما في مدار اقرب الى الأرض ،ولأنها اقرب فهي تتحرك بسرعة ،وبذلك أطلق عدد من الأقمار بحيث لا يختفي واحد منها فوق الأراضي السوفيتية إلا ويصل الآخر وبذلك تكون البلاد مغطاة بالأقمار طوال الوقت[2] ،أن هذا النوع من الأقمار قد صمم أساسا لنقل برامج الراديو والتلفزيون والصور وطبع الصحف والأرصاد الجوي ،كما استعمل أيضا في الاتصالات البرقية والهاتفية[3].

وإزاء ذلك ،المجال التقني الذي وصلت إليه الأقمار الصناعية من حيث المدار الثابت والمتزامن مع سرعة دوران الأرض ،اقر الكونغرس الأميركي في آب 1962 قانوناً نص على إنشاء شبكة فضائية تجارية عرفت بـ(الكومسات)[4]، التي انبثق عنها قيام المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية سميت بـ(انتلسات) التي سمحت لأي دولة بان تنظم إليها[5].

كما أطلق في عام 1965 مجموعة أقمار للاتصالات التجارية من مجموعة انتلسات سمي الأول منها بالطائر المبكر (Early bird)[6]، وفي عام 1968 أطلق

(1) د. انشراح الشال، الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1986 ،ص108.

(2) سفيان النابلسي، الوضع الراهن للقنوات الفضائية العربية وتطور أنظمة الاتصال في الوطن العربي، تونس، ندوة القنوات الفضائية في خدمة الثقافة العربية الإسلامية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1998 . ص 271 .

(3) مكتب الأمم المتحدة للإعلام، الأمم المتحدة والفضاء الخارجي، 1987 . ص 40 .

(4) د. انشراح الشال، الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية . م . س . ذ . ص 108.

(5) عبد الله شقرون، التلفزيون عبر الأقمار الصناعية وحقوق الأخرين، تونس، مجلة أذاعات عربية، العدد (2- 3)، 1981، ص 60.

(6) محمد حمد بن عروس، الغزو الثقافي والإعلامي عبر الأقمار الصناعية، ليبيا، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (15 – 16)، 1998، ص 97 .

الجيل الثالث من أقمار انتلسات الصناعية (انتلسات- 3) إذ وضعت الأقمار فوق المحيطات الثلاثة ،وبذلك أمكن نقل البرامج التلفزيونية من أية بقعة في العالم توجد بها محطة أرضية الى أية بقعة أخرى ،بحيث اصبح عمر القمر خمس سنوات بعد أن كان (18) شهراً كما أن طاقته وصلت الى أربع قنوات تلفزيونية[1]، بعدها تطورت أقمار الاتصالات ،فقد أطلق في عام 1987 القمر (انتلسات – 6) وكان وزنه 3720 كغم وعمره (10) سنوات وبنطاق تردد عالٍ يعادل (70) ضعفاً مما كان عليه في السابق بحيث ارتفعت عدد الدوائر التلفونية فيه من (240) دائرة الى (100000) دائرة كما ازداد في الوقت نفسه عدد قنوات البث التلفزيوني بعد طفرة تكنولوجيا الضغط الرقمي ليصل الى (220) قناة تلفزيونية رقمية على القمر (Astra 2B)وحده[2].

وشهد عقد التسعينات، تطوراً متزايداً في إطلاق الأقمار الصناعية، ففي عام 1993 أطلق القمر الأمريكي للبث المباشر باسم (تايكوم – 1) الذي مكن المشاهدين في عموم الولايات المتحدة الأمريكية من التقاط بثه بواقع (150) محطة من خلال هوائيات صغيرة الحجم مع انبثاق مؤسسات جديدة للاتصالات الفضائية ومشاريع جديدة منه كمؤسسة هيوز ومشروع كوانتم التي أحدثت قفزات هائلة في مجال القنوات التلفزيونية للبث المباشر[3]. ولإدراك المجتمعات المعاصرة الأهمية المتزايدة للأقمار الصناعية واستخداماتها في كل الجوانب، بادرت الى عقد اتفاقيات تعاونية فيما بينها مشكلة في نهاية المطاف منظمات إقليمية للتبادل الإخباري وبخاصة.

---

(1) سفيان النابلسي، م . س . ذ . ص 271 .

(2) مجلة تي في دش، م .س.ذ ، ص24.

(3) أياد البكري، البث التلفزيوني الفضائي المباشر ،رسالة ماجستير منشورة، بغداد، كلية الآداب – قسم الإعلام ،1994، . ص19 .

شبكات التبادل الإخباري الإقليمية :

في أوربا اقترح في عام 1948 تأسيس الاتحاد الدولي للبث الإذاعي (U I R) لتسهيل تبادل الإنتاج التلفزيوني بين الأعضاء في الاتحاد بموجب خطة تتضمن أربعة مقترحات أساسية هي[1].

1. تبادل الافلام بين مختلف الأعضاء .
2. تقديم بث حي عن الأحداث الأساسية في مختلف الدول .
3. تبادل الأخبار .
4. امتيازات حقوق النشر في جميع أنحاء العالم .

بعد ذلك انشئ الاتحاد الأوربي للإذاعة (W U E B U) في عام 1950 وباشتراك (20) عضواً يمثلون الدول الأعضاء المنضوية تحت لواء هذا الاتحاد بهدف زيادة الإمكانات في مجال التبادل البرامجي والإخباري وتنظيمه، ففي الثامن والعشرين من آب عام 1950 كان أول تبادل برامجي تلفزيوني بين إنكلترا وفرنسا عبر بحر المانش ثم تطور ذلك التبادل بين هاتين الدولتين فيما سمي بـ(أسبوع التبادل البرامجي) الذي اخذ بزيادة كبيرة في ساعات البث المتبادلة وذلك في أيلول من عام 1952[2].

أن هذا التبادل بين هاتين الدولتين، قد مهد للتفكير بإنشاء اتحاد إذاعات الدول الأوربية الذي أسس في عام 1954، بحيث ضم في عضويته عدداً من الدول في أوربا الغربية وعدداً من الدول الاسكندنافية ،وبذلك فقد عُدّ هذا الاتحاد بأنه أول مؤسسة إقليمية للتعاون والتبادل البرامجي في العالم[3].

---

(1) خالد كامل شاهين، أقمار الاتصالات والأخبار– دراسة في تجربة عربسات، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد، كلية الآداب – قسم الإعلام، 1988 . ص 59 .

(2) د. انشراح الشال ،علاقة سكان القاهرة بنشرات الأخبار في التلفزيون المصري ،القاهرة، دار الطباعة العالمية، 1986، ص 169 .

(3) المصدر نفسه، ص 169 .

أن تأسيس اتحاد إذاعات الدول الأوربية ، أثار حافزاً لدى العديد من الدول الأوربية التي سارت على خطا هاتين الدولتين (فرنسا وإنكلترا) كألمانيا الغربية والدانمارك وهولندا ، عام 1953 بالتفكير على تعزيز إقامة مشروع للشبكة التلفزيونية الأوربية المشتركة إذ نظمت بثاً تلفزيونياً مشتركاً بين بلدانها بمناسبة تتويج ملكة بريطانيا (اليزابيث)، فبعد أن كانت التغطية التلفزيونية بريطانية، استقبلت محطات فرنسا وهولندا وألمانيا الغربية والدانمارك هذا الاحتفال بما يقارب (6)ساعات وبـ(41) لغة[1]،بعدها استمرت محاولات التبادل البرامجي بين الدول معلنة حالة جديدة من عصر التلفزيون عبر القارات باستخدام الأقمار الصناعية ، فكان أول بث مباشر باستخدام أقمار (Early bird) في أيار 1952 بداية لمعرفة ما يمكن أن تقوم به أقمار الاتصال في مجال التلفزيون[2].

شبكة اليورفزيون:

وتمثل أولى الشبكات التلفزيونية للتبادل البرامجي والإخباري تربط أعضاء الدول الغربية التي بدأت العمل الرسمي للإرسال التلفزيوني في 1954/6/6 إذ كان الإرسال تجريبياً يضم الدول الأوربية (بلجيكا و الدانمارك وفرنسا وألمانيا الغربية وإيطاليا وهولندا وسويسرا وإنكلترا) ،تمثل مدينة ليل الفرنسية المركز الفني لهذه الشبكة الذي انتقل بعدها الى بروكسل في عام 1955حيث استقر هناك ،وحين استلمت الدول الأعضاء في هذه الشبكة دورة الألعاب الأولمبية من إيطاليا ، أنظمت بقية الدول الأوربية وبعض الدول الاشتراكية الى ركب هذه الشبكة وبعد ذلك اخذ التبادل مجراه يومياً بين أعضاء الشبكة وذلك في تشرين الأول من عام 1958 ثم استؤنفت التجارب على صعيد تبادل الأخبار في عام 1961 نتيجة الدعم الذي حصلت عليه من محطات التلفزيون الأوربية من اجل زيادة كفاية الشبكة في تغطية

(1) جيهان رشتي، الإعلام الدولي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1986 ، ص 205 .

(2) د . ليلى عقاد، م.س.ذ، ص233.

الأحداث واستحداث وسائل مفيدة للتبادل والإرسال التلفزيوني اليومي للأخبار المنقولة بعد ما كانت تعانيه من مشاكل ولاسيما من تعدد اللغات الأوربية[1].

بدأ التبادل الأخباري المنتظم في عام 1961 وبمعدل حقيبة يومية واحدة، ثم ارتفع عدد الحقائب المتبادلة الى اثنتين في عام 1968 والى ثلاث حقائب في عام 1974، وكان تبادل هذه الحقائب يتم في وقتي الظهيرة والمساء من يومي الاثنين والخميس من الساعة (2.55) ظهراً الى الساعة (3.30) عصراً بتوقيت غرينتش ،فكان يطلق على الحقيبة الأولى (EVN-0) وتقدم في الظهيرة، أما الثانية فكان يطلق عليها (Evn-1) وتقدم في وقت مبكر من المساء، أما الأخيرة أي الثالثة فكانت تقدم في المساء أيضا وتسمى (EVN-2)[2] ،أن هذه الحقائب الإخبارية كانت تصل عبر مؤسسة (انتلسات) * الفضائية الى الأعضاء المشتركين بعد ان كانت عمليات التبادل تتم من خلال شبكات المايكرويف أو عن طريق الشحن الجوي بالطائرات[3] .

شبكة الانتر فزيون:

أن التبادل الإقليمي بين دول أوربا الغربية من خلال شبكة اليورفزيون، دفع دول أوربا الشرقية الى إقامة مشروع إقليمي يقوم بالخدمة ذاتها لسد حاجة هذه الدول من الإمكانيات البرامجية في التبادل، لتكون شبكة ففي 1960/1/28 قرر المجلس الإداري للمنظمة الدولية للراديو والتلفزيون في دول أوربا الاشتراكية(OIRT) تأسيس شبكة الانترفزيون كشبكة مركزية غير تجارية تربط أنظمة الاتصال في

(1) د. احمد بدر، الإعلام الدولي، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، 1977 . ص 240 .

(2) د.عبد الرحمن الغلاييني، القمر الصناعي العربي ودوره في دعم التعاون الإذاعي بين الدول العربية في مجال الأخبار، الكويت، مؤسسة الخليج للطباعة والنشر، 1984، ص129 – 130 .

للمزيد عن: المنظمات الخاصة بالأقمار الصناعية والاتصالات الدولية . انظر أياد البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، عمان، دار الشروق، 1999 . ص 43 – 66 .

(3) د. حمدي قنديل، التبادل التلفزيوني بالأقمار الصناعية، الرياض، دار العلوم للنشر، 1984 . ص 8 .

هذه المجموعة بعد أن كان التبادل بين دول أوربا الشرقية يتم على أساس ثنائي وثلاثي[1].

افتتحت الشبكة رسمياً في 5 / 9 / 1960 وكان مقرها بواد بست، بعدها نقل المركز الفني والتنسيق الى براغ تحت إشراف المنظمة الدولية للراديو والتلفزيون وهكذا تكونت عضوية هذه الشبكة من كل من (بولندا والمجر وتشيكو سلوفاكيا وألمانيا الشرقية في البداية وانضم إليها فيما بعد الاتحاد السوفيتي السابق ورومانيا وبلغاريا بعدها شهدت انضمام أفغانستان و منغوليا ويوغسلافيا ونيكاراغوا وفيتنام والصين ودول أخرى)[2].

لقد عرفت الأنترفزيون أول تبادل أخباري لها في عام 1964 بمعدل مرة واحدة للأسبوع (الجمعة) وذلك للضروف الفنية الصعبة التي تمر بها الشبكة فعملية التبادل كانت تتم عبر مركز التنسيق في براغ الذي يقوم بتنظيم قوائم للأنباء المرشحة للتبادل والتي يمكن للدول الأعضاء تبادلها عندما يعقد المركز مؤتمراً صحفياً (صوتيا) توزع فيه قوائم الأخبار على المشتركين عبر التلكس ومناقشتها من خلال المضمون والزمن الذي يستغرقه وتحديد ما سيتم تمريره فكانت هذه العملية صعبة وتستغرق وقتاً معيناً إذ تم تجاوزها في عام 1970 عندما اصبح التبادل يومياً[3]، وبثلاث حقائب أخبارية عبر مجموعة اقمارالانترسبوتنيك بمعدل (35) دقيقة للحقيبة الواحدة، أن هذا الأسلوب في العمل في هذه الشبكة يعكس مدى التعاون بين دول أوربا الاشتراكية ولاسيما بعرض أخبارها وعرض نشاطات حكومات تلك الدول[4].

---

(1) جيهان رشتي ،الإعلام الدولي، م – س – ذ، ص 247

(2) د.أبراهيم أمام ،الأعلام الأذاعي والتلفزيوني ،م.س.ذ ،ص 97.

(3) د.سهير بركات، م.س.ذ، ص 97

(4) د. جيهان رشتي ، التنسيق والتعاون في مجال التلفزيون عربيا ودوليا ،الرياض ،جهاز تلفزيون الخليج ، 1983، ص20.

ثم قامت الشبكتان الإقليميتان بالتعاون فيما بينهما وبشكل محدود ، إذ كانت هناك جملة من أصناف النقل المنظم عبر الانترسبوتنيك تتضمن تبادلاً أخبارياً لشبكة اليروفزيون وبمواعيد محدودة في أثناء الأسبوع وبساعة إخبارية واحدة يومي الثلاثاء والجمعة[1].

شبكة نورد فزيون:

من الشبكات التلفزيونية التي اهتمت بالتبادل البرامجي والإخباري (شبكة تلفزيون الشمال) التي أسستها هيئات التلفزيون في الدول الاسكندنافية (الدانمارك، فنلدنا، السويد، ايسلند، النرويج) في تشرين الأول سنة 1959 بحيث أسهمت في بداية تأسيسها بتأمين الأخبار والأنشطة الرياضية[2].

وتعد النوردفزيون تحالفاً للاتحادات التلفزيونية الإقليمية، وتهدف الى تنظيم التعاون المشترك والتركيز على التبادل الإخباري في نشاطها التلفزيوني[3]. بدأت العمل الرسمي في تشرين الثاني عام 1969 في مدينة كوبينهاغن، تقوم فكرة التبادل في هذه الشبكة بان تقدم كل دولة من الدول الأعضاء برامجها الى الدول الأخرى ،وتتلقى منها هي الأخرى برامجها ، مما يدل على أن البرامج تتداول بين أعضاء الشبكة مجاناً دون أي مقابل[4]، وتتخذ هذه المنظمة أهدافا خاصة بها على المستوى الإقليمي في تأمين احتياجاتها الإخبارية عبر إقامة علاقات تعاون مع اليورفزيون والانترفزيون وبقية الشبكات الأخرى في ضمن إطار تعاون وتبادل دولي وإقليمي[5].

إن قيام هذه الشبكات التلفزيونية الإقليمية في مناطق متفرقة من العالم بهدف تأمين حاجاتها من المواد البرامجية والإخبارية بكفاية فنية عالية وبتكاليف

(1) عبد الله شقرون ،م.س.ذ، ص 93.

(2) د. ليلى عقاد ،م.س.ذ، ص 247.

(3) د.أنشراح الشال ،م.س.ذ، ص 73.

(4) د.ليلى عقاد ،م.س.ذ، ص 247.

(5) د.أنشراح الشال ،م.س.ذ، ص73.

اقل، سعت الدول النامية الى إيجاد افضل السبل والطرق للتعاون والتبادل الإخباري فيما بينها أولا وبينها وبين الشبكات الإقليمية ثانياً عبر الاستفادة من التقاليد وأساليب أو أنماط العمل التي سارت عليها هذه الشبكات و توظيفها لخدمتها، الى جانب الهدف الأسمى ألا وهو التخلص من تبعية المصادر الدولية، فمن هذه الاتحادات.

اتحاد إذاعات الدول الآسيوية (آسيا فزيون):

في عام 1961، تشكلت هيئة من الإذاعيين الأسيويين فيما يعرف بأسم (أسيا فزيون) بهدف ربط شبكة التلفزيون الياباني بالأنظمة الأخرى في شرق أسيا، ويرجع الفضل في بداية التفكير فيها الى تلفزيون فيجي[1]، ويعد هذا المشروع بمثابة النواة الأولى لاقامة اتحاد إذاعات الدول الأسيوية الذي أنشئ رسمياً في حزيران 1964 بعد توصية قدمها المؤتمر السادس للإذاعات الأسيوية الذي عقد في أيلول عام 1963، وفي الاجتماع السابع للجمعية العامة لهذا الاتحاد في عام 1970 اقترح الأعضاء مشروعاً لتبادل الافلام الأخبارية مدته (3 – 5) دقائق يصاحبه نص باللغة الإنكليزية مرتين كل شهر[2]، تمخضت عن هذه المناقشات التي جرت في الاتحاد عن القواعد الأساسية للتبادل الأخباري من خلال تعاملات ثنائية وجماعية وتحديد مراكز لهذه التبادلات مع الشبكة العربية لتبادل الأخبار التلفزيونية بالإضافة الى ترتيب اتفاقيات أخرى مع اليورفزيون والانترفزيون للتعاون مما أتاح للدول الأسيوية استقبال الأخبار المتبادلة جميعها[3].

يقع مركز الاتحاد في العاصمة اليابانية طوكيو[4]، وفي عام 1984 دشنت خمس من الهيئات التلفزيونية المنتسبة لاتحاد إذاعات الدول الأسيوية ومنظمة المحيط

---

(1) د.ليلى عقاد ،م.س.ذ، ص 251.

(2) د.أنشراح الشال ،م.س.ذ،ص74.

(3) د.جيهان رشتي ،الأعلام الدولي ،م.س.ذ، ص 28.

(4) د.ليلى عقاد ،م.س.ذ، ص 251.

الهادي (ABU) في جنوبي أسيا وجنوبها الشرقي برنامج تبادل يومي للأخبار المصورة عبر الأقمار الصناعية، وهذه الهيئات هي: (BTV) في بنغويشى و RTV)) في بروناي و RTV)) في ماليزيا و PTV)) في باكستان و SL (RCTV) في سريلانكا[1].

اتحاد اذاعات الدول الافريقية:

انشأ هذا الاتحاد في ايلول عام 1962 بعد اجتماع لممثلي المحطات الراديوية والتلفزيونية في عدد من الدول الافريقية (23) دولة لمناقشة الهكيل العام لهذا الاتحاد، حيث اصدرت الدول المجتمعة قرار الزم بموجبه المنظمات الاعضاء ان تستخدم في محطاتها التلفزيونية الوطنية جميعها نفس النظام التلفزيوني الذي كان مستخدماً في كل من نيجيريا والسنغال وساحل العاج، ويقيم هذا الاتحاد علاقات تعاون وتبادل وثيقة مع الشبكات والمنظمات الدولية والاقليمية لتبادل الاخبار[2].

المنظمة الايبروامريكية:

ضمت هذه المنظمة في عضويتها دول أميركا اللاتينية التي تاسست في 19 اذار عام 1971 بعد النجاح الذي حققته في التبادل البرامجي والاخباري بين دول هذه المنظمة والدول الاوربية[3]، فيما كانت التبادلات الاخبارية قد اخذت جزءا اخر في المجال التقني لاعضاء هذه المنظمة وذلك باستخدام الاقمار الصناعية في عام 1972 وتتلقى هذه المنظمة حقائب أخبارية من اليورفزيون بشكل يومي وتتخذ من المكسيك مقراً لها وتقيم تعاوناً وتبادلاً مع شبكة اليورفزيون منذ المراحل المبكرة من تاسيسها اضافة الى قيام محطات التلفزيون في دول هذه المنظمة بتنظيم تبادل مع محطات التلفزيون في كل من اسبانيا والبرتغال عبر العلاقات والروابط التاريخية

---

(1) ندوة تبادل الأخبار التلفزيونية في بلدان الجنوب ،تونس، مجلة إذاعات عربية، العدد(4)، 1988 ،ص83.

(2) د.أنشراح الشال ،م.س.ذ،ص74.

(3) د.ليلى عقاد ،م.س.ذ، ص 253.

واللغوية المشتركة بينهم بحيث تقوم محطات التلفزيون الاسبانية بتسجيل مايصلها من اخبار أميركا اللاتينية وتقدمها للتبادل مع شبكة اليورفزيون[1].

وبذلك يعد عقد الستينيات بدايات التوسع في ساعات التبادل الاخباري والبرامجي من المحطات التلفزيونية، فقد كان الهدف من انشاء هذه الاتحادات والمنظمات هو ضمان الحصول على برامج واخبار تلفزيونية وبشكل يعد في حينها اني من حيث الكفاءة الفنية والتكاليف الرخيصة، حيث شعرت الدول بأن الحاجة قد أزدادات الى تكنولوجيا الاخبار، فقسم منها راح يعقد اتفاقيات تعاون باطلاق الاقمار الصناعية ذات القدرة العالية على نقل الحقائب الاخبارية والقسم الاخر يشهد تعاونا على نطاق اقليمي من خلال استعمال اقمار صناعية لخدمة دولها فعلى سبيل المثال ،كان هناك تعاون بين كل من فرنسا والمانيا باطلاق مجموعة من اقمار (سيمفوني) وذلك في عام 1974 والذي كان مخصصاً لتبادل البرامج التلفزيونية والاتصالات الهاتفية[2] ،وفي الجانب الاخر ايضا، تاسست منظمات متخصصة بالاتصالات الفضائية، فقد توحدت (35) دولة لتأسيس منظمة (يوتلستات)* في عام 1977 التي تؤمن الاتصالات القطرية في اوربا في مجال البث التلفزيوني والهاتف وغيرها من الخدمات الاعلامية من خلال اجيال متطورة من الاقمار الصناعية[3]

وفي عام 1980، بدأت منظمات اخرى بتطوير ارسالها التلفزيوني باستعمال ترددات عالية في برامج الخدمات التلفزيونية من بينها انتشار البث بالاقمار الصناعية البالغة القوة والتي لاتحتاج الى هوائيات كبيرة والتي تخضع لسيطرة القطاع الخاص وايضا انتشار انظمة التلفزيون الكابلي[4].

---

(1) د. حمدي قنديل، أتصالات الفضاء، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب ،1985،ص178.

(2) الطيب جويلي ،البث الاعلامي عن طريق الاقمار الصناعية والاعلام العربي، لبنان، دار المسيرة للصحافة والطباعة والنشر، 1991، ص83 .

* قبل هذا التاريخ . انشأت وكالة الفضاء الاوربية أي في عام 1975 (European space agency - ESA)،د.حمدي قنديل، أتصالات الفضاء،م.س.ذ ،ص 108.

(3) المصدر نفسه ، ص 85.

(4) سعد لبيب، العرب واقمار البث التلفزيوني المباشر، الرياض، جهاز تلفزيون الخليج، 1990، ص20.

وبذلك، فقد تسارعت الدول فيما بينها من اجل الوصول الى تقنية متطورة في حقل الاتصال، الامر الذي شجع العديد من المؤسسات الاعلامية الكبرى الى الاستفادة من هذه الامكانيات في الارسال التلفزيوني عبر الاقمار الصناعية ودفعها الى اقامة شبكات تلفزيونية فضائية ذات تخصص في مجال التبادل وصنع الاخبار وفي هذا المضمار سنركز على اهم القنوات الاخبارية في العالم وهي ..

شبكة أخبار الكيبل الأميركية (C. N. N):

يعد (تيد تيرنير) المؤسس الاول لهذه المحطة الاخبارية، وذلك عندما تولدت لديه الفكرة باقامة محطة تعتمد في توصيل خدماتها على الارسال التلفزيوني بواسطة الاقمار الصناعية وذلك في عام 1970 عندما حصل على رخصة تشغيل القناة التلفزيونية (17) من مدينة اتلانتا اطلق عليها اسم (WTBS)[1] .

بدات محطة (WTBS) بتقديم الخدمة التلفزيونية وبشكل خاص الاخبار الى كل انحاء الولايات المتحدة الاميركية، وذلك اثر نجاحها عندما ربطت بالاقمار الصناعية في عام 1976 وبعد اربع سنوات تشجعت الفكرة لدى (تيرنير) باقامة شبكة أخبار الكيبل تعمل على تقديم خدمة اخبارية مستمرة لمدة (24) ساعة يومياً، فقد عد الاول من حزيران من عام 1980 بداية الظهور الحقيقي لشبكة (C . N . N) الحالية، بعد الانتقالة الهائلة التي طرات عليها عندما كانت تبث نشاطاتها المحدودة من منزل صغير في مدينة اتلانتا بولاية جورجيا [2].

استطاعت المحطة ان تنحو منحى جيدا في مجال تقديم الخدمة الاخبارية الحية من خلال استعانتها باحد عشر قمراً صناعياً للاتصالات بعد ان كانت تعتمد

---

(1) د . حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، القاهرة، الدار المصرية – اللبنانية، 1997، ص167 .

(2) سلافة فاروق، اخبار العراق في شبكة (CNN) الاميركية، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد، كلية الاداب – قسم الاعلام، 1999، ص70 .

على تسعة اقمار صناعية[1]، أخذت المحطة بالتوسع في تقديم خدماتها وذلك عندما أضيفت في عام 1982 خدمة أخبارية ثانية عن طريق الكابل تسمى (CNN2) مما اكسبها شهرة تضاهي الشبكات الاميركية الثلاث الكبرى (CBS – NBC – ABC)[2]، الى جانب ذلك استعانتها بالعناصر ذات الخبرة الكبيرة وممن كانوا يعملون في مجال الصحافة والتلفزيون وتعدد المكاتب الاقليمية لها في داخل وخارج الولايات المتحدة الاميركية، فضلاً عن ذلك، استعانتها ايضا بالعديد من المراسلين والمندوبين و المذيعين في (120) دولة على مستوى جميع القارات[3].

وتتالف هذه المحطة من قسمين، قسم الشعبة الخارجية الاولى، وقسم الاخبار[4]، ويعد مكتب لندن المقر الرئيس للشبكة في اوربا اذ يقوم بمسؤوليات التنسيق المتعلقة بالاقمار الصناعية فضلا عن كونه مركز لانتاج وبث نحو نصف برامج المحطة الى جانب مركز الانتاج الاقليمي الاسبوعي في هونك كونك[5].

وتجدر الاشارة، الى انه في عام 1989 اصبح للمحطة شبكاتان للأخبار هما (Head Line news) و (TNT) تصل خدمات كل واحد منهم الى اكثر من(100)دولة في العالم [6]، بعد ذلك، اضيفت أربع محطات اخرى هي[7]:

- TBS – Turner Broad casting system.
- CNN – International.
- WTBS.
- Carton Network .

(1) اياد البكري، محطة السي ان ان الاميركية، ليبيا، مجلة البحوث الاعلامية، العدد (14)، 1988، ص58 .

(2) حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، م . س . ذ، ص169 .

(3) اياد البكري، عام 2000 – حرب المحطات الفضائية، عمان، دار الشروق، 1999، ص172 .

(4) ميشيل شويلين، سي . ان . ان تلفزيون القرية العالمية، نيقو سيا، مجلة الجبل، العدد (8) اب، 1991، ص40 .

(5) سلافة فاروق ،م . س . ذ، ص80

(6) جيهان رشتي، الاثار الثقافية للتلفزيون عبر الاقمار الصناعية، تونس، مجلة أذاعات عربية ،العدد (2)، 1991، ص40 .

7 اياد البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ص174 .

محطة بي بي سي البريطانية (BBC):

يعود استخدام بريطانيا للاقمار الصناعية الى عام 1966، عندما بدء اول مشروع بريطاني بين الحكومة وسلاح الطيران أطلق بموجبه قمر لحساب بريطانيا باسم (سكاي – نت)[1]، ومع بدء البث عبر الاقمار الصناعية وتزايد عدد محطات التلفزيون اعلنت ادارة محطة BBC)) عن بدء البث عبر الاقمار الصناعية وذلك في عام 1986 وذلك باضافة قناتي جديدتين الى قنواتها العاملة لمساعدتها على منافسة التلفزيون التجاري ولزيادة دخلها من خلال دفع المشاهدين رسوم أضافية لاستخدام هاتين المحطتين[2]

وتعد محطة البي بي سي الفضائية شركة فرعية تعود ملكيتها بصورة كلية الى محطة (BBC) الام والتي تعد مؤسسة للخدمة العامة أنشأت كهيئة قومية مستقلة مرتبطة بالدولة اقتصادياً وايدولوجيا، وهي جزء من شبكة واسعة للاتصالات الدولية مخصصة لخدمة ما يسمى بـ (دبلوماسية الاتصال البريطانية)[3].

وتتمتع المحطة بشبكة كبيرة من المراسلين المنتشرين في ارجاء العالم مع المكاتب الاقليمية التي يعملون فيها فضلا عن المذيعين الذين يحترفون العمل الاذاعي والتلفزيوني في أثناء قراءتهم للنشرات الاخبارية وتقديمهم للتقارير والتحليلات وقضايا الساعة وتضم المحطة أستديوهات جديدة في المركز حيث توجد غرفة باسم (غرفة المراقبة الدولية) التي تمكن المهندسين العاملين فيها من ان يتبادلوا البرامج مع اكثر من (20) نظاماً تلفزيونياً في اوربا واميركا الشمالية، كما يمكن في قسم المراقبة الدولية ان يقدموا لمشاهدي المحطة في مختلف دول العالم برامج من (50) دولة مختلفة [4].

(1) المصدر نفسه، ص 191 .

(2) المصدر نفسه، ص193 .

(3) خالد كامل شاهين، التدفق الاخباري الخارجي للتلفزيون، اطروحة دكتوراه غير منشورة، بغداد، كلية الاداب قسم الاعلام، 1998، ص194 .

(4) اياد البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، م . س . ذ، ص194

وتهتم الـ (BBC) بنقل الاخبار والتقارير عن الاحداث العالمية والتقارير التحليلية العميقة التي تميز برامج المحطة بساعات البث فيها [1]، وفي أذار من عام 1991 بدأت بتقديم مشروع واسع للبث الفضائي أطلق عليه تلفزيون الخدمة العالمية (World Service TV) وتتولى هذه الخدمة مسؤولية مصالح البث التلفزيوني لدول ما وراء البحار (Overseas Countries)[2].

لقد رسمت محطة الـ (BBC) هدفاً إستراتيجيا يتجسد في الوصول الى جميع المشاهدين في كل القارات وهو ما حدث في عام 1993 عندما تعاقدت مع العديد من محطات التلفزيون في الدول العربية على تقديمها اخباراً او برامج مرغوبة ومسلية للجمهور العربي[3].

محطة يورو نيوز الاوربية (Euroe news):

وهي اول محطة تلفزيونية اخبارية اوربية مشتركة، وتعود فكرة تاسيسها الى عام 1986، حيث قامت لجنة من خبراء البث التلفزيوني والسمعي في دول المجموعة الاوربية بعرض هذا المشروع الذي تشكلت بموجبه لجنة من خبراء دول هذه المجموعة وذلك في عام 1989 ،وبحلول عام 1991 أنجز الفريق اعماله المتعلقة بانشاء هذا المشروع الذي بدأ البث الرسمي في كانون الثاني 1993 بهدف تبادل الاخبار فيما بين المؤسسات الاعلامية التابعة لدول المجموعة الاوربية ، وقد ورد في مذكرات الشبكة ان تاسيسها جاء لتغطية العجز الذي يعاني منه التلفزيون الاوربي في القدرة على مواكبة التطورات العالمية التي كانت تحدث في المجال الاخباري في أثناء عقد الثمانينات[4].

---

(1) خالد كامل شاهين، التدفق الاخباري الخارجي للتلفزيون، م . س . ذ، ص195

(2) اياد البكري، عام 2000 حرب المحطات االفضائية، م . س . ذ، ص195

(3) المصدر نفسه، ص 203 .

(4) جيهان رشتي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة والاتجاهات الحديثة في مجال التلفزيون ،م . س . ذ، ص20 .

وتتبع المحطة اسلوباً خاصاً في تغطية الاحداث والخدمات الاعلامية الاخرى وفق اطار اوربي وان تعتمد لغات الدول الاوربية الوطنية وبرامج المجموعة من دول ان تمس سياسة كل دولة حيث بلغ عدد المحطات التلفزيونية التي أسهمت في أحياء هذا المشروع (15) محطة من دول حوض البحر الأبيض المتوسط و (11) خدمة اذاعية تخضع للملكية العامة من بينها دول عربية (مصر – تونس – الجزائر) ويمتد عدد ساعات المحطة الى(30)ساعة يومياً تبدأ من الساعة السادسة فجراً حتى الساعة الثانية بعد منتصف الليل[1]، كما تقدم برامجها بطريقة تختلف عن المحطات الاخبارية الاخرى وطريقتها هي تقديم الصوت على الفيلم بدلا من أظهار مقدم البرنامج وهو يتحدث وهو أسلوب اقل كلفة ويوفر الحل لمشكلة وبلهجة كلام المتحدثين (المذيعين)[2]

وبذلك فقد احدث نشوء مثل هذه القنوات الفضائية الدولية * أنطلاقة كبيرة في مجال التغطية الاخبارية من قاعدة شد اهتمام المشاهدين من خلال السرعة والمعالجة المتصلة بالأحداث التي تنطلق من رؤية متعددة الاختصاصات والتيارات أو المواقف وتجاوز ممارسة الابلاغ الجاف التقليدي، فالانبهار بالفورية في نقل الاحداث او الدقة والموضوعية او حداثة الموضوع او مستوى التقديم او ممارسة حرية الرأي والتعبير، فهذه العوامل من شأنها ان تدفع الى مشاهدة منتظمة فهي من

---

(1) اياد البكري ،عام 2000 حرب المحطات الفضائية، م . س . ذ ، ص206 –207 .

(2) جيهان رشتي، تكنولوجيا الاتصال الحدبثة والاتجاهات الحديثة في المجال التلفزيون ،م. س. ذ، ص20.

* وللمزيد انظر: القنوات الاخبارية في العالم، تونس، مجلة اذاعات عربية، العدد (1)، 1991 . ص 61- 61 اضافة الى ذلك هناك قنوات اخبارية فلمية . هي (UPITN - CBS – visnews – الامريكية –DAP) وللتفاصيل عن هذه الوكالات الفيمية للاخبار انظر ..

- سعيد محمود السيد، م . س . ذ ص 68 .
- د . ياس البياتي، م . س . ذ . ص 202 وما بعدها .
- جيهان رشتي، التنسيق والتعاون في مجال التلفزيون عربياً وعالمياً ،م .. س . ذ ،ص 20
- محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني ،القاهرة ،دار الفكر العربي ،1986 . ص 136 .

جانب تتصف بالانحياز ومن جانب اخر ،باللبس والغموض في قراءة ما يحدث على شاشات التلفزيون العربي وما تحمله من قيم ومضامين تثير لدى الدول النامية العديد من التساؤلات الأ وهي: مدى الارتقاء الى التغطية التي تتبعها هذه المحطات ؟ اسلوب معالجتها وتقديمها ؟ تكنولوجيا الاخبار المستخدمة من قبل هذه المحطات ؟

المبحث الثاني

التبادل الأخباري على المستوى العربي

أصبح الأعلام في عصرنا الراهن صناعة لها مقوماتها التقنية عبر استيعابها واستفادتها من التقنيات المتعدد للاتصال في مجال البث الفضائي، فمن خلال ذلك تعددت الخدمة الأعلامية المقدمة عبر ذلك ولاسيما الأخبارية ،إذ تمثل في[1]:

1. الفورية في عمليات البث عبر الأقمار .
2. البث ينتقل من مكان الى آخر في جزء من الثانية .
3. سرعة الاتصالات لها أثر عكسي على جودة تحرير الأخبار التلفزيونية .

كما أن الأقمار الصناعية قد أتاحت لنا أمكانية بث الأخبار بصور الكترونية في أقطار وأقاليم لاتمتلك شبكة أرضية واسعة سواء كان ذلك بين المحطات المركزية والاقليمية القائمة في البلد الواحد أو على شكل تبادل يكون في ضمن نطاق الأقليم الواحد أو على النطاق العالمي[2]، فقد أبرزت التكنولوجيا الأتصالية فواصل دقيقة في مراحل نشر الخبر وهي ... مرحلة اندلاع الخبر news break ومرحلة بث الخبر news diffusion ومرحلة التشبع الأخباري news saturation وذلك من خلال التغطية الفورية للتلفزيون للأحداث حال وقوعها[3] .

وأسهم هذا التزاوج بين المجالات التقنية في تدعيم الحركة الأعلامية عبر القفزات الهائلة في مجال اطلاق الأقمار الصناعية وتعدد استخداماتها والاستغلال المتزايد للمشاهدين في سبيل كسب وتوسيع سوق المشاهدين من اجل تحقيق أكبر

(1) أياد البكري ،عام 2000 حرب المحطات الفضائية ،م.س.ذ، ص 239.

(2) ديتريش بيرو أنفر، التلفزيون و التكنولوجيا الجديدة، تونس، مجلة أذاعات عربية، العدد (2)، 1989.

(3) كريس فورستر، الأعلام الفضائي يزدهر في الألفية الثالثة، لندن ،مجلة ستلايت ،العدد (329)، 1999، ص 104.

قدر من الأرباح من جهة ومن جهة أخرى زاد من التحديات التي فرضها الوضع الأتصالي العالمي الذي لم يك من السهل تجاوزه من قبل الدول العربية، فالعالم العربي، يواجه الآن مستويين من وكالات الأنباء التلفزيونية يطلق على الأول منها تجارة الجملة ويشمل أربع وكالات تلفزيونية WTN –Reuters ، CNN1 ومؤخرا اشترت APTV شبكة WTN وأصبحت تحمل اسم APTN)، أما المستوى الثاني، فيطلق عليه تجار التجزئة ويشمل العديد من شبكات التلفزيون الاقليمية التي تعتمد على استقصاء الأخبار من المستوى الأول ويمكن يضاف إليها المعلومات ثم تعد بيع الأخبار للشبكات والمحطات الأصغر[1].

إن كل ذلك، اسهم في الاحتكار الذي عدّ السمة الرئيسة للنشاط الأعلامي للدول الغربية في مجال الأذاعة المرئية والشركات المالكة لهذه التكنولوجيا ،في حين لا تمتلك دول الجنوب نسبا ضئيلة من إجمالي الالكترونيات في العالم تقدر بـ(50 ٪) كما أن الأعلام بوصفه نشاطا اقتصاديا في تراكم رؤوس الأموال الغربية والصناعية ويدر على الشركات الاحتكارية المتعددة الجنسية ارباحا طائلة تسهم دول العالم الثالث لاسيما العربية بنسبة(60 ٪) منه[2]، ومع ذلك فالعالم العربي يجد نفسه وجها لوجه أمام التحدي الإعلامي الغربي المزدوج وذلك بمواجهته تحديين: الاول، هو التقدم المادي والتطور الحاصل في الغرب في مجال التقنية الاتصالية والإعلامية من أجهزة حاسوب و أقمار صناعية، والثاني هو التحدي المعلوماتي والفكري الثقافي، ويتلخص في غزو الافكار الغربية للأنسجة الدماغية والفكرية للانسان العربي[3].

---

(1) د. ليلى حسين، العلام العربي والعولمة – 4 وكالات تلفزيونية تسيطر على العالم، لندن، مجلة ستلايت، العدد (305)، 1999، ص 54.

(2) مركز البحوث والتوثيق الاعلامي، البث المباشر عبر الاقمار الصناعية: قضية ومواجهة ،ليبيا، مجلة البحوث الاعلامية، العدد (1) ، 1992 ،ص46 .

(3) حواس محمود، الاعلام العربي والتحدي الاعلامي الغربي المزدوج، عمان، المجلة الثقافية، العدد (43) 1998، ص181 .

وعليه فان الصورة الاعلامية الظاهرة في وقتنا الحاضر اكدت ان الاعلام سيكون عاملا فعالا في التماسك الوطني والقومي وفي تفسخ دول اخرى، وازاء ذلك سارعت الدول العربية الى اتخاذ خطوات ليست بالبطيئة ولكنها قطعت اشواطا في بعض البلدان من حيث الفضائيات وتعددها واطلاق الصحون الطائرة فضلا عن توظيف رأس المال العربي في الخارج بشأن استحداث فضائيات، اما البعض الاخر فراح ينشىء فضائيات تشابه بكل الاحوال المحطات المحلية في توجهها البرامجي وسياساتها ،أي ان وسائل الاعلام في الوطن العربي كان لها الأثر في مجال تشكيل الحياة بل وفي تعزيز عملية التحديث في الحياة العربية ومارافقها من عمليات التحول الحضاري[1]، في المدة ما بين الخمسينات والثمانينات عبر مراحل تطور وسائل الاعلام ففي الخمسينيات انتشر الراديو بشكل كبير ،اما في الستينات والسبعينات فقد أنتشر التلفزيون وما اعقبه من تطور في الاذاعة المرئية خلال الثمانينات باستخدام الاقمار الصناعية في ذلك والتبادلات البرامجيه والاخبارية بشكل خاص[2].

ولما كانت البرامج الاعلامية تستهدف ابلاغ مضامين معرفية معلوماتية بعضها اكثر التصاقا بما يطرأ من احداث سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية سواء على الصعيد المحلي او العالمي غير ان طرق المعالجة (الجمع والاعداد والبث) يتباين من محطة الى اخرى، فلكل نشرة اخبارية ميزة خاصة

تعكس ارادة المحطة او القناة ولاسيما في المجتمع العربي لما تمثله الاخبار من اهمية خاصة لدى الفرد العربي، فهي نافذة يطلع من خلالها على ما يجري من احداث داخل او خارج العالم الذي يعيش فيه[3].

---

(1) محمود الشريف ،تحديات تواجه الاعلام العربي في الحاضر والمستقبل ،بيروت ،مجلة المستقبل العربي، العدد (17) ،1980 ،ص 24.

(2) فاروق ابو زيد، التحديات الاعلامية العربية، بيروت ، مجلة المستقبل العربي، 1989، ص74 .

(3) د.عبد القادر بن الشيخ وأخرون، الجمهور العربي والبث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية، تونس، مجلة اذاعات عربية، العدد (42)، 1998، ص45.

فالساحة الاعلامية العربية بحاجة ماسة الى تنشيط دورها في مجال العمل الاخباري فبمجرد القاء نظرة بانورامية للتدفق الاعلامي في الوطن العربي داخليا وخارجيا والتي كشفت لنا مدى السيطرة الهائلة المفروضة من قبل وكالات الانباء العالمية ،فعلى سبيل المثال، التغطية الاعلامية في العدوان على العراق من خلال شبكة (CNN) الامريكية، يتبين لنا مدى اعتماد وسائل الاعلام الغربية على التكنولوجيا في مجال الاخبار والاتصالات، فالوطن العربي بحسب الدراسات الاعلامية في هذا المجال يمثل المرتبة السادسة على خريطة الاتصال الدولي اذ يشغل (1، 7٪) فقط من مساحة العالم الاتصالية، مما يؤكد الحاجة الماسة الى امتلاك مثل هذه التكنولوجيا الحديثة في مجال الاخبار والاتصالات بهدف ايصال الاعلام العربي (صناعة واعدادا) الى المواطن في داخل وخارج الوطن العربي[1].

وفي هذا المجال، مر التبادل الاخباري العربي بتطورات عديدة للالحاق بالتطورات التقنية التي تشهدها الان ،ففي بداية الخمسينات من القرن الماضي اعتمدت الاقطار العربية على ما تنتجه محطاتها التلفزيونيه من افلام اخبارية وفي هذه الفترة ايضا بدء التفكير بانشاء شبكة تلفزيونية في البلاد العربية من خلال العرض الذي تقدمت به الشبكة(ABC)التلفزيونية الكندية التي اعلنت في تشرين الأول انشاء شبكة تلفزيون الشرق الاوسط العربية، وكانت الشبكة تنظيما يمول من خلال النشاطات الا ان هذا المشروع لم ير النور بحيث ابقى محطات التلفزيون العربية معتمدة على الوكالات الدولية و الاقليمية في تأمين حاجاتها من الاخبار التي تعرضها في نشراتها الاخبارية[2]، كما حاولت الدول العربية خلال هذه المرحلة الاستفادة من تقنية الاقمار الصناعية في تطوير اساليب عملها، فقد اشتركت في عام 1964مع منظمة انتلسات باتفاقيات تعاونية فضائية من خلال تأسيس محطات ارضية لاستقبال بث هذه الاقمار وايضا مع منظمة الانترسبوتنيك،

---

(1) د .عواطف عبد الرحمن، التحديات الأعلامية والثقافية في الوطن العربي في أطار ثورة الأتصالات، سوريا، مجلة المعلومات الدولية، العدد (55)، 1997، ص20.

(2) جيهان رشتي، الأعلام الدولي ،م.س.ذ، ص 294.

التي عدت حينها بمثابة الاساس الذي يقوم عليه النظام العربي لتبادل الاخبار التلفزيونية[1]، ثم ظهرت فكرة تبادل الاخبار بين الهيئات العربية بعد نكسة حزيران عام 1967 ،والدعوة ايضا الى انشاء وكالة انباء عربية مصورة على غرار وكالات الانباء العالمية المصورة مثل وكالة فيزنيوز ووكالة (UPITN) وغيرها بحيث تغطي هذه الوكالة انباء الوطن العربي وغيرها من الافكار التي كانت تدعو ايضا الى زيادة تدفق الافلام الاخباريه داخل المنطقة العربية وبين المناطق العربية والمناطق الاخرى[2]، وفي عام 1969 انشأت الدول العربية اتحادها الاذاعي وتحت مظلة الجامعة العربية كمنظمة اقليمية ذات اهداف مهنية مشتركة، إذ تضافرت الجهود لتنسيق الاهداف المعلنة في لوائح الاتحاد بشأن التبادل الاخباري وتقديم الخدمات البرامجية، وكان هذا الاتحاد يضم المحطات الاذاعية والتلفزيونية العربية، مؤسسات تلفزيونية اقليمية ودولية مثل (تيلد فيزيون، دي فرانس) الفرنسية، هيئة الاذاعة والتلفزيون الباكستانية، هيئة الاذاعة والتلفزيون الاسبانية، هيئة الاذاعة والتلفزيون اليوغسلافية، هيئة الاذاعة والتلفزيون الايرلندية[3].

بعدها دعت الامانة العامة لاتحاد الاذاعات العربية في عام 1971 الى بحث موضوع التبادل الاخباري بين الدول العربية شكلت لجنة متخصصة لبحث هذه القضية التي اجرت دراسة بينت من خلالها الهيمنة الواضحة لبعض الوكالات الاخبارية الفلمية على تدفق الافلام الاخبارية الى الدول العربية، للاسباب الاتية[4]:

1- أنعدام اتفاقيات للتعاون والتبادل في مجال الاخبار التلفزيونية بين الدول العربية.
2- انخفاض المستوى الفني للافلام الاخبارية وتدني في الجوانب الانتاجية في بعض محطات التلفزيون للدول العربية.

---

(1) د.سعد لبيب ،م.س.ذ، ص 65.
(2) د. عبد العزيز شرف، فن التحرير الأعلامي، م.س.ذ، ص 344.
(3) جيهان رشتي، التنسيق والتعاون في مجال التلفزيون عربياً وعالمياً، م . س . ذ، ص 38 .
(4) مازن العرموطي، نحو نظام اعلامي عربي جديد، تونس ،مجلة الاعلام العربي ،العدد (1)، 1982، ص24

3- بطء آلية شحن الأفلام الأخبارية وتأخر وصولها الى محطات التلفزيون العربية بسبب تواضع إمكانات النقل والإرسال فضلا عن المشاكل الحدودية.

4- غياب عمليات التنسيق والتنظيم في تحديد التبادل الأخباري.

ثم أجريت العديد من الدراسات التي أشارت إحداها الى ان المتوسط الأسبوعي لعدد الأفلام الأخبارية التي تبثها المحطات التلفزيونية العربية عن أحداث الوطن العربي وصلت الى خمسة أفلام، وكان تبادلا محدودا بسبب غياب اتفاقيات ثنائية لهذا التبادل، والأخرى أجراها معهد الإذاعة والتلفزيون الدولي ومؤسسة (فريز رتش آيدت) في عام 1972 بشأن إنشاء جهاز عربي للتبادل الأخباري تلفزيونيا، التي لاقت دعما من اتحاد الإذاعات العربية وتهدف الى إقامة نظام إقليمي للتبادل الإخباري يفي باحتياجات الدول العربية الأعضاء من الأخبار التلفزيونية[1].

وبموجب ذلك أقرت الدراسة الثانية في عام 1973 من قبل الأمانة العامة لاتحاد الإذاعات العربية، التي قسمت بموجبها المنطقة العربية الى ثلاث مناطق (مراكز) للتبادل، فاختيرت عمان مركزا لمنطقة الشرق والرباط مركزا لمنطقة المغرب والكويت مركزا لمنطقة الجزيرة العربية ولكل منطقة مركز فرعي اختير على أساس وجود محطة أرضية للأقمار الصناعية فيه ،كما وضعت الأسس التفصيلية للتبادل داخل كل منطقة وبين كل منطقة وأخرى ومع العالم الخارجي على أساس الشحن الجوي أي على الأساس الجغرافي وأيضا على توفر أجهزة النقل والمواصلات فيما بينها[2]، ثم خرج المجتمعون في الاجتماع الذي عقد في بغداد في أيلول من عام 1973 للهيئات الإذاعية المؤسسة لمراكز أخبار التلفزيون بعدة توصيات منها: تحديد وقت التبادل والوسيلة التي يكون بموجبها التبادل أي الشحن الجوي بسبب الكلفة الباهضة للاقمار الصناعية نتيجة استخدام قمرين صناعيين في وقت واحد وبمشاركة الخطوط الجوية للدول الاعضاء وليس على دولة واحدة فقط،

---

(1) سعيد محمود السيد، م . س . ذ، ص74 .

(2) عبد الرحمن الغلاييني ، م . س . ذ، ص 152 .

كان في وقتها (الاردن) وزيادة الاتصالات مع الشبكات الاقليمية الاخرى بهدف زيادة التبادل بينهما[1] ..

وفي هذا الصدد جرى اول تبادل لشرائط الفديو والافلام الاخبارية على صعيد الدول العربية بين الاردن ومصر وسوريا عام 1974 وكان زمن هذه الافلام يصل الى(15) دقيقة يوميا ومصدرها هو اليورفزيون، بعث مركز الشرق العربي (6241) فقرة اخبارية في عام 1976 وشكلت الاخبار والأفلام العربية ثلث الافلام والاخبار المتبادلة مصدرا ومضمونا[2]، كما أبرمت الشبكة العربية لتبادل الاخبار التلفزيونية اتفاقا للتعاون مع شبكات التبادل الاوربية يتيح للشبكة العربية استلام حقيبتين اخباريتين من اليورفزيون (صفر.1) عام 1976 من خلال محطة الاستقبال الفضائية الموجودة في العراق وسلطنة عمان والكويت وقطر والامارات والسعودية والبحرين والسودان واليمن الشمالية واليمن الجنوبية ،وتستقبل دول الجزائر والمغرب وتونس وليبيا والاردن مباشرة هذه الحقائب لكونها اعضاء في اليورفزيون [3].

وخلال العام 1976، تم التوقيع على اتفاقية إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية[4]، التي اقرت لائحة النظام النهائي لها (عرب فزيون) بعد اجتماع لجنة التنسيق التابعة للجهاز العربي في عمان عام 1977 واقرار عملية التبادل الاخباري بشكل يومي عبر الاقمار الصناعية [5]، الا ان المشروع توقف بسبب انتقال مقر اتحاد اذاعات الدول العربية من القاهرة الى تونس مما ادى الى اللجوء الى شبكة اليورفزيون للتبادل، وفي شباط من عام 1980 أقر نظاما لتبادل الاخبار التلفزيونية من خلال اعداد حقيبة من لندن خاصة لهيئات التلفزيون العربية متضمنة

---

(1) مقررات وتوصيات الاجتماع الاثني المراكز الاخبارية العربية، بغداد، مجلة الفنون الاذاعية، العدد(5)، 1973، ص 37 وما بعدها – وللمزيد انظر: ص40- 49 .

(2) جيهان رشتي، الاعلام الدولي، م . س . ذ، ص 298 – 299 .

(3)خالد كامل شاهين، اقمار الاتصالات والاخبار، م . س . ذ، ص 128 .

(4) عبد الرحمن الغلاييني، م . س . ذ، ص 197.

(5) خالد كامل شاهين، اقمار الاتصالات والاخبار ،م . س . ذ، ص 128 .

الاخبار العربية المتبادلة واخبار من وكالة الانباء المصورة وبعض الاخبار من شبكة اليورفزيون عبر القمر الصناعي [1].

وفي هذا الاطار عرفت بداية الثمانينات اهتماما كبيرا من اتحاد الاذاعات العربية على صعيد التخطيط للاستفادة القصوى التي تتيحها الاقمار الصناعية نظمت ندوة خاصة بذلك في 1981/12/10 أكدت ضرورة الاستفادة من الشبكات الفضائية في تأمين عمليات نقل الحقائب الاخبارية وتبادلها واستلامها كما اتجهت الجهود العربية لانشاء مركز للتبادل في عام 1984 للاستفادة من التسهيلات التقنية المتوفرة لديها وفي شباط من عام 1985 اطلق القمر الصناعي العربي (عربسات) من قاعدة فرنسية في امريكا الجنوبية على متن احد الصواريخ الاوربية من طراز(ايريان) حيث كان النقل التلفزيوني يتميز بالسرعة والوضوح لجميع الدول الاعضاء في الوقت نفسه مع بعض التوصيات التي خرجت بها ندوة تونس التي عقدت في اذار في عام 1986 حول تنظيم اشتراك الاعضاء في التبادل عبر عربسات لوجود بعض الخلافات العربية حول مضامين الاخبار المتبادلة لتلونها بأساليب دعائية سياسية لا تنسجم مع سياسة دول اعضاء اخرين، وامام هذه المشاكل جاءت اهم توصيات الندوة [2]:

1. أن لا تكون الاخبار المتبادلة مغرقة في محليتها وان تكون ذات صلة بالعمل العربي القومي المشترك وتدعم قضايا التقدم الثقافي والاجتماعي بعيدا من المظاهر الدعائية .
2. ان تكون الاخبار وموضوعاتها مكتملة من النواحي الفنية ومن حيث التصوير والمونتاج، ويفضل ان تكون مصحوبة بالصوت الطبيعي ما أمكن ذلك .
3. ان لا يتجاوز زمن الخبر الواحد دقيقتين ونصف الدقيقة.
4. من غير الضروري تبادل الاخبار التي قد تعكس الخلافات العربية .

---

(1) جيهان رشتي، الاعلام الدولي، م . س . ذ، ص308 .

(2) تبادل الاخبار التلفزيونية، مجلة اذاعات عربية، تونس، العدد (2)، 1986، ص11 – 12 .

5ـ من المفضل ان يتعدى تبادل الاخبار السياسية والرياضية الى اخبار المجتمع والفن والثقافة .

كانت عملية التبادل عبر القمر الصناعي تتم في خمسة ايام من أيام الاسبوع من قبل الدول الاعضاء أذ ترسل الاخبار من الهيئات التلفزيونية الى تلفزيون تونس عن طريق القمر الصناعي أو من خلال شبكة المايكروويف لتجمع على شكل حقيبة اخبارية واحدة يعاد بثها الى جميع الهيئات والاعضاء المشاركين، فالتبادل للحقائب الاخبارية كان يجري من خلال آلية محددة تنظم مواعيد عملية التبادل وتحدد طبيعة الاخبار التي سيتم تبادلها على وفق الخطط المرسومة سلفا وعبر مؤتمر يجري صباح كل يوم تعلن فيه الاخبار المرشحة للتبادل في ضمن القائمة المعدة لذلك بما يحقق قدرا من التنسيق بين الاعضاء أذ يقوم على مبدأ العرض والطلب المتكافئ والمتوازن الى جانب تسهيل عملية التبادل الاخباري مع شبكات ومنظمات التبادل الاقليمية الاخرى[1].

وبموجب ذلك فقد حققت المحطات العربية قدرا كبيرا من التبادل الاخباري سواء عبر الشبكة الفضائية العربية او عبر ارتباطتها مع الشبكات الدولية والاقليمية للتبادل وكما في الملحق رقم (1) الذي يبين مساهمات الهيئات التلفزيونية العربية للأعوام من (90 ـ 97) والملحق رقم (2) الذي يبين النسب المئوية لكل هيئة والملحق رقم (3) الذي يبين تطور التبادلات مع اليورفزيون واسهامات الهيئات الاعضاء في هذه الحقائب ولخمس سنوات (89 ـ 93) وفي الوقت نفسه واجهت الهيئات التلفزيونية العربية مشاكل وعقبات فنية ومهنية وسياسية في تأمين اجواء عمل مشتركة مريحة تنظم انسيابية الاخبار وآلية التبادل ومن ابرزها[2]:

1- اختلاف الانظمة التلفزيونية المستخدمة للبث في الدول العربية مثل انظمة (بال ـ سيكام ـNTSC) مما يعيق التدفق الاخباري بشكل فني صحيح بين الدول الاعضاء .

---

(1) مازن العرموطي، م.س.ذ، ص 24

(2) انتراح الشال، م.س.ذ ،ص85

2- وجود تفاصيل و(حواشي) غير ضرورية في الكثير من الاخبار المتبادلة ولاسيما فيما يتعلق منها بالالقاب والتسميات .

3- ان بعض النصوص الاخبارية تعد قصيرة جدا ولاتغني موضوع الحدث بالمعلومات الكافية .

4- ضعف التنسيق مع وكالات الانباء العربية من خلال الاتحاد العربي لوكالات الانباء في مجال الاخبار المكتوبة (المقرؤة) .

ومع وجود هذه المعوقات فقد اقر الاعضاء المشاركين في التبادل الاخباري بأن تعتمد طريقة البث الساخن للتبادلات الاخبارية العربية اليومية في عام 1990 (HOT SWITCHING) التي مثلت نقلة نوعية مهمة في المجال التقني بعد ان كانت الاخبار والبرامج تسجل مسبقا قبل اعادة بثها في المساء ان ذلك حقق تبادلا لحقيبة اخبارية واحدة يوميا وحقيبتي لليورفزيون واسبوعيا حقيبة رياضية وسهرة عربية وحقيبة ثقافية ورسائل اخبارية (حقيبة عربية واحدة +3 حقائب لليورفزيون)[1].

وفي عام 1992 شرع الاتحاد بأستخدام المنظومة الصوتية التنسيقية بين الدول الاعضاء والهيئات المشاركة التي حسنت بموجبها مواعيد التبادل الذي كان في السابق مقتصرا على تبادل واحد بما يضمن الجودة في تقنية الاخبار والعناية بالمضمون ايضا وباللغات الفصحى والمبسطة فآلية التبادل كانت تقوم في الساعة (09.00) بتوقيت غرينتش حينها بمناداة المسوؤل في المركز على جميع الهيئات المشاركة قبل(5) دقائق من موعد التبادل وكانت كل هيئة ترغب بالمشاركة في يوم التبادل باعطاء نصوص الاخبار ،كما يمكن للهيئات الاخرى ان تسأل الهيئة عن اخبار لم تقترحها مع انها حدثت في بلدها كما يمكن سؤال اية هيئة عن اخبار جرت في بلدها ولم تعرضا للتبادل[2].

---

(1) الأتحاد يشارك في الحتفال بالذكرى (55) لتأسيس جامعة الدول العربية، تونس، مجلة أذاعات عربية، العدد (1) ،2000، ص112.

(2) ندوة ورشة تنسيق الأخبار التلفزيونية، تونس، مجلة أذاعات عربية، العدد (4) ،1993، ص36.

ثم ازدادات الحقائب الاخبارية المتبادلة، ففي عام 1994 كان هناك تبادلان للاخبار العربية يوميا (الاول في الصباح والثاني في المساء) فضلا عن حقيبة أخبارية دولية جديدة، وهي حقيبة (British Satellite News) بهدف اثراء النشرات الاخبارية بالموضوعات السياسية والاقتصادية والثقافية والعالمية وغيرها من المواد التي تقوم باعدادها وكالة ألآخبار الدولية(Aptn) أما في عام 1995 فقد ابرم اتحاد أذاعات الدول العربية اتفاقا جديدا مع اتحاد اذاعات الدول الاوربية تضمن استقبال (5) حقائب اخبارية لليورفزيون مع التبادلات الطارئة الهامة و ادخال تكنولوجيا جديدة في التبادل تضمنت ارسال نصوص الاخبار المتبادلة ضمن اشارة الفديو للقناة المستأجرة (Video Sat.) الذي مكن الهيئات العربية من استلام نصوص التبادلات بسرعة كبيرة جدا وبأستخدام الاعلام الالي الذي زاد من استقبال الحقائب الاخبارية التي وصلت الى (6) حقائب يوميا[1].

وشهد عام 1997 تطورا اخر في مجال التبادل البرامجي والاخباري وذلك بأستئجار قناة جديدة على الجيل الثاني لعربسات (B2) بدلا من القناة (23) وبسعة كبيرة قدرها (54) ميغا هرتز ' فهذه السعة القمرية التماثلية تتيح تمرير برنامجين تلفزيونين في وقت واحد خصص الخبر الاول (ASBU CHAN _ 1) للتبادلات الاخبارية والرياضية والبرامجية الثابتة، اما الخبر الثاني (ASBU CHAN _ 2) فمخصص للتبادلات الجماعية العارضة مع امكانية بث الاحدث والبطولات الرياضية الدولية وبواقع حقيبتين في كل اسبوع وكما في الملحق رقم(6) ثم أضيفت حقيبة اخبارية جديدة في عام 1999 لتكون ثلاث حقائب يوميا مع انجاز آخر هو التبادل مع اتحاد اذاعات الدول الاسيوية (اسيا فزيون) وكما في الملحقين (8و9) اللذين من خلالهما يمكن الاطلاع على حجم حركة بث التبادلات البرامجية التلفزيونية عبر القناة المستأجرة فيما شرع الاتحاد في عام 2000 بالبث التجريبي على النظام الرقمي المعتمد للبث التلفزيوني عبر القناة المستأجرة على عربسات فضلا عن البث التماثلي وذلك في (1 /4 الى 30 / 6 /2000) ذلك ان البث الرقمي سيوفر ثلاث قنوات رقمية *تلفزيونية بجودة عالية جدا مع قناة رقمية رابعة بجودة جيدة [2].

---

(1) الأتحاد يشارك في الحتفال بالذكرى (55) لتأسيس جامعة الدول العربية، م.س.ذ.

*للمزيد حول التلفزيون الرقمي انظر: مجلة علوم / العدد (99) / ايلول – تشرين الاول / 1998 . ص39 وما بعدها .

(2) المصدر السابق . ص 114 –115 .

ان ما تقدم يبين الجهد الذي بذلته الهيئات العربية للارتقاء بواقع التبادل الاخباري التلفزيوني بسبب اهمية أخبار التلفزيون وقوتها وتأثيرها على المستوى الجماهيري أذ أصبحت الأخبار التلفزيونية من البرامج المهمة التي تعتمد عليها محطات التلفزيون للأقبال المتزايد عليها من قبل الجمهور هذا من جانب ومن جانب اخر أحدثت التغيرات التكنولوجية في الساحة العربية أمور كثيرة كان من بينها انتشار القنوات الفضائية(*) ، فكانت هناك قنوات حكومية وقنوات خاصة وايضا التغطية لاقمار البث (نايل سات – عربسات- اليوتلسات) مماشجع التنافس مابين الاعلام الرسمي والقنوات الخاصة في كسب اهتمام الجمهور ولسد الفراغ التي احدثها الاختلال في تدفق الاعلام والمعلومات ودعوة هذه الدول الى ايجاد توازن اعلامي[1] .

ورغم تزايد عدد القنوات الفضائية العربية واتساع دائرة بثها لاسيما الاخبارية منها ، فأن الضرورة تقتضي التعرف على اهم القنوات الاخبارية العربية وأهمها (قناة الجزيرة الفضائية وشبكة الأخبار العربية ولكون الأخيرة محور دراستنا فسوف يتم تناولها في المبحث القادم ..

قناة الجزيرة الفضائية :

وتعد القناة الأخبارية الأولى في الوطن العربي، ففي شباط من عام 1996 وافق مجلس الشورى القطري على أنشاء قناة فضائية برأس مال (500) مليون ريال قطري أي ما يعادل (138) مليون دولار بأسم قناة الجزيرة[2] .

---

* يبلغ عدد القنوات الفضائية العربية (23) قناة – (16) منها حكومية – (7) قنوات خاصة .. للمزيد انظر (د . اديب خضور، دراسات تلفزيونية، م . س . ذ . ص 52) .. يقابل هذه القنوات وفق احصائيات عام 1995 ما يتجاوز (500) قناة اوربية – 150 قناة امريكية – 12 قناة تركية – 5 قنوات اسرائيلية .. للمزيد انظر (محمد خضر، الاعلام العربي والتحديات التقنية، سوريا، مجلة المعلومات الدولية، العدد (55)، 1997 . ص 45 ..) اما عدد القنوات الاخبارية الاجنبية فيبلغ عددها (60) قناة اخبارية تلفزيونية (د. عواطف عبد الرحمن، م . س . ذ ص 21) .. في حين يبلغ عدد الاقمار الموجودة في الفضاء الخارجي اكثر من (4000) قمر صناعي متنوعة الاغراض (مجلة تي في دش، العدد (77) ،2000 . ص 24).

(1) د . حسن حامد، الاختراق الاعلامي في مجال الاخبار والمعلومات، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، 1996 . ص73- 74.

(2) مجلة ستا لايت، العدد (156)، ص 74 .

انطلقت قناة الجزيرة ببثها في 11 تشرين الثاني من عام 1996 بمعدل (6) ساعات يوميا[1]، وفي تشرين الثاني من عام 1997 ارتفع البث الى (9) ساعات ثم ارتفع ايضا في العام نفسه الى (12) ساعة ، وفي احتفالها بالذكرى الأولى لانطلاقتها وصل معدل البث الى (17) ساعة يوميا[2].

اما نظام البث الفضائي لبرامج القناة ، فيكون على الأقمار التالية: عربسات (A2) بشكل تماثلي مع القمر يوتلسات (W 2) اللذان يغطيان كل من الوطن العربي واوربا ووسط شمال أفريقيا وغرب آسيا ، اما الأقمار الصناعية (هوت بيرد _ 3 _ و أيكو ستار – 3 – و ايكو ستار - 4 -) فإن بثها رقمي بحيث تغطي قارة أوربا وغرب آسيا وشمال أفريقيا وشمال شرق أمريكا الشمالية ايضا[3].

وذكر المدير العام لقناة الجزيرة السيد محمد جاسم العلي ان المهمات التي تضطلع بها المحطة تتلخص بأن مجتمعنا في الوطن العربي وفي الخارج يعتمد على المصادر الأجنبية في تلقي الأخبار ،وان المشاهد العربي كان بحاجة الى محطة محايدة ذات منظور عربي وليس منظورا غربيا له خصوصية في طرح قضايا لها مصداقية في نقل الأخبار وربما كانت قناة الجزيرة تحقق هذا الهدف بعدها قناة عربية مستقلة للأخبار والمعلومات[4]، وقد توافرت للقناة عوامل النجاح بدءا من مبنى على مستوى عال وقادر على تلبية جميع الطلبات للمحطات التلفزيونية ويضم استديوهين احدهما لتسجيل البرامج وتقديم النشرات الاخبارية والثاني لقراءة مواجيز الاخبار فضلا عن تكنولوجيا المعدات التلفزيونية بعد ان كانت تجهيزات المحطة لم تتعد ثلاث او اربع غرف عمليات بسيطة داخل منزل يقع على أطراف شبه الجزيرة العربية[5]وعلى الرغم من كونها أخبارية ،فأن تغطيتها للأحداث وتحليلها[6]، يتم من خلال خمسة محاور:

---

(1) مجلة الحدث الدولي، العدد (9)، 2000 , ص 11

(2) مجلة اذاعات عربية، العدد (4)، 1997 , ص81

(3) موقع الجزيرة على شبكة الانترنيت، بتاريخ 2000/4/16 وفي الساعة 11.30 http//: www. Al. Jazeera – Help center

(4) جريدة الجمهورية، لقاء مع مدير عام قناة الجزيرة الفضائية / العدد (10026) في 1999/5/12 .

(5) مجلة الحدث ,م . س . ذ , ص13 .

(6) اياد البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، م . س . ذ، ص 133 – 134 .

1- الأخبار العالمية والدولية:

تقدم تغطية أخبارية شاملة تصاحب تطور الحدث مع التحليل عبر شبكة واسعة من المراسلين المنتشرين في مواقع الأحداث في العواصم العربية والأجنبية لنقل الأخبار مباشرة والألمام بجوانب ومحاور الحدث كافة أضافه الى متابعة وكالات الانباء العالمية لضمان وصول الأخبار لحظة وقوع الحدث .

2- الحوارات والمناقشات:

يتم من خلالها استضافة عدد من الخبراء أصحاب الاختصاص لمناقشة قضايا الساعة السياسية والاقتصادية والدينية والعالمية والفنية ، أضافه الى تناول وجهات النظر من خلال المناظرات والمناقشات

3- أخبار المال والأعمال:

تقدم قناة الجزيزة الفضائية نقلا من لندن آخر اخبار اسعار العملات والموارد المالية في اسواق البورصة العالمية مع تقديم تحليل اقتصادي حول اسعار العملات والبورصة في العالم .

4- أخبار الرياضة:

تنقل القناة للأحداث الرياضية مباشرة مع تقديم عرض لأحدث الأخبار الرياضية العالمية .

5- البرامج التعليمية والوثائقية:

تقوم القناة بتقديم البرامج التعليمية والبرامج الوثائقية أضافه الى عرض الافلام حول العلوم الطبيعية والعلمية والتقنية وتاريخ حياة بعض المشاهير والرواد من العلماء والمبتكرين في جميع مجالات الحياة ..

ويبلغ مجموع النشرات الأخبارية والمواجيز في قناة الجزيرة الفضائية (17) نشرة ، فيما يعتمد في صناعة الأخبار على عدة مصادر – فهناك وكالات الأنباء العالمية المكتوبة والمصورة ، الى جانب شبكة المراسلين يتصلون بالمسؤولين من دول مختلفة سواء أكان ذلك هاتفيا أو من خلال التسجيل الحي للوقوف على آخر تطور للقضايا ، يأتي بعد ذلك تناول الأخبار من حيث الصياغة واختيار المذيعين من ذوي الخبرة في قراءة نشرات الأخبار[1] .

---

(1) مجلة سفا لايت، العدد (287)، 1999 ، ص 20 .

المبحث الثالث

شبكة الأخبار العربية – النشأة والتطور

منذ انطلاق القمر الصناعي العربي (عربسات) في منتصف الثمانينات من القرن الماضي وتخصص القنوات الفضائية فضلا عن انطلاقها من داخل الوطن العربي ومن خارجه أدركت الدول العربية أهمية هذه القنوات ودورها في نقل المعلومات والأفكار والمعرفة وغيرها من الأنشطة التي تؤديها من الخدمة البرامجية .

ففي هذا ألأطار أدخلت القنوات الفضائية العربية وخاصة الأخبارية تكنولوجيا جديدة في مجال الأخبار* من خلال تجميعها الكترونيا (غرفة الأخبار – التبادل الأخباري – الأذاعة الصوتية الرقمية) لتأمين اكبر قدر من المعلومات الى المتلقي وبما يجري حوله سواء على المستوى المحلي أو الدولي ' وبذلك ابتعدت من الصيغة التقليدية في نشرات الأخبار التي لاتعالج الحدث بطريقة درامية واهمال تفاصيله وعدم فرض الأخبار الرسمية بحيث يشعر المتلقي بأنها مفروضة عليه[1].

ان ذلك قد شجع اصحاب رؤوس الاموال والمصالح الاستثمارية على اطلاق قنوات فضائية تجارية من خارج الوطن العربي بعضها متخصص في مجال الأخبار

---

* هناك خدمة اخبارية خاصة تصويرية في المنطقة العربية الا وهي خدمة الكايروسات . والتي يستفاد منها في اعداد برامج اخبارية تستفيد منها جميع المحطات المنتشرة في المنطقة العربية .. بدأت هذه الخدمة خاصة بعد التطور الذي طرأ على نشرات الاخبار في بعض المحطات عبر استخدام شبكة هائلة من الاقمار الصناعية (عربسات، نايلسات، انتلسات، اقمار اوربية و هندية) عبر تزويد الاخبار في هذه المحطات بالمواد الاخبارية المصورة (الفلمية) من خلال مركز القناة الذي يقع في القاهرة .. وللمزيد انظر (عاطف محمد ، كايروسات: اول خدمة اخبارية مصورة ، لندن ، مجلة ستالايت، العدد (286) شباط، 1999 . ص 6 وما بعدها).

(1) ندوة تطور تكنولوجيا الاخبار واثرها في اخبار الاذاعة والتلفزيون، مجلة اذاعات عربية، تونس، العدد (2- 3) ، 1992، ص 36 – 38 .

والآخر متعدد الخدمات البرامجية[1]، فهذه القنوات الفضائية على الرغم من كونها تجارية فأن اغلبيتها يتلقى دعماً إما حكوميا بصورة غير مباشرة أو بتمويل خاص، وفي الوقت نفسه تتمتع بدرجات متفاوتة من الحرية وسيادة الجانب المهني على الجوانب السياسية والدعائية مما ادخلها المنافسة مع بقية القنوات الفضائية المنتشرة في العالم سواء أكانت حكومية أم متخصصة أيضا[2]،يضاف الى ذلك ان هذه المحطات تحمل في ذهنها صورة النموذج الأصل في الخطاب التلفزيوني بحيث تجتهد فيه وتتباهى به وتعده من أهم معايير نجاحها وأن كان هذا النموذج يرجع في أصله الى المحطات الفضائية الأجنبية وأيضا المبالغة في المحطات الرسمية بتركيزها على اللوائح والقوانين وعدم المرونة مما ادى الى تخلفها وتراجعها خطوات الى الوراء[3]. هذا ليس بالضرورة فبعض المحطات الرسمية متوفر فيها مثل هذه اللوائح والقوانين ألا أنها قد حققت نجاحا كبيرا في جذب اهتمام المشاهدين لها مثل قناة ابو ظبي أو دبي الفضائيتين[4].

شبكة الأخبار العربية A.N .N:

تعد شبكة الأخبار العربية من الشبكات الأخبارية الأولى في المنطقة العربية، كونها تبث من خارج الوطن العربي فقد بدأ البث التجريبي لها في شهر أيار من عام 1997 ولمدة اربع ساعات يوميا[5].

ثم بدأت المحطة بعد ذلك بسلسلة من العمليات البث التجريبي المتواصل بزيادة قليلة في عدد من ساعات البث أي قد وصل في بعض الأحيان من (6- 8) ساعات الى أن بدأ البث الرسمي فيها في بداية شهر ايلول من العام نفسه ليصل في

---

(1) د . احمد عبد الملك، قضايا اعلامية، عمان، دار مجدلاوي للنشر، 1999 . ص 51 .

(2) التقرير الاستراتيجي العربي لعام 1999، القاهرة، مطابع الاهرام التجارية، 2000 . ص 166 .

(3) د.أديب خضور، دراسات تلفزيونية، م.س.ذ، ص 40.

(4) متابعة شخصية للباحث خلال مدة البحث لبرامج القناتين.

(5) مجد هاشم الهاشمي، الاعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل ،عمان ،دار المستقبل للنشر والتوزيع، 2001 . ص 76 .

عـام 1998 وفي شـهر آذار الى 24 سـاعة عـبر اسـتوديوهات مـؤجرة (مؤقتـة) في لندن[1]، وبتصريح من لجنة التلفزيون المستقل البريطانية وتحت أشرافه وعن طريق القمر الصناعي (هوت بيرد —4)[2] في الموقع المداري (13) شرقا حيث تم التغطية بشعاع متسع وكيـه يـو مـنخفض وبـتردد 199.1- 10.949 والـصوت بـتردد 7.02- 6.60 وبلغة عربية غير مشفرة وبأستقطاب رأسـي[3] بعد ان كانت تبث على الجيل الثاني مـن القمـر نفسه وعلى الموقع المداري ذاته أي (13) شرقا[4] ،وفي العام نفسه، احتلت القناة موقعاً مدارياً على القمـر العربـي عربسات(A3) وذلك من خلال الاتفاق الموقع من قبل رئيس مجلس الادارة الدكتور سومر الاسد مع المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية من خلال استخدام قناة قمرية على هذا الجيل بهدف زيادة مساحة انتشار البث ليشمل جميع مناطق الخليج العربي[5]، وعلى الموقع المداري (26) درجـة شـرقاً وبـتردد(12..034) وباسـتقطاب راسـي وبنظـام حفـظ رقمـي (MPEG-2) وبدون تشفير[6].

وقد طورت شبكة الاخبار العربية استوديوهاتها العاملة وذلك بتجهيز مبناها الدائم الذي يقع خارج لندن وبمساحة كبيرة من الارض باحدث ماتوصلت اليه التقنيات العصر من غرف تحكم ومونتاج وغيرها من المعدات اللازمة للانتاج والبث الالكتروني على مدار الساعة [7] ،كما ادخلت البث الرقمي الى الخدمة البرامجية لها وذلك في 2001/2/1 لما يوفره هذا النظام الجديد من سرعة كبيرة في تداول الاخبار بين الاقسام المختلفة للمحطة ،فضلا عن توفير معونات مالية للشبكة

(1) مجلة تي في دش، العدد (155) 1997 , ص 24 .

(2) مجلة ستا لايت، العدد (258) اب، 1998 , ص 36 .

(3) مجلة ستالايت، العدد (278) ، 1999 ،ص 35

(4) مجلة ستالايت، العدد (240) ، 1998 ،ص 24

(5) مجلة ستالايت، العدد (264) ، 1998 ،ص 30

(6) مجلة ستالايت، العدد (305) ، 1999، ص 28

(7) مجلة ستالايت / العدد (258) /1998 / ص 26

من خلال المشتركين بنظام الكيبل، وبدخول شبكة الاخبار العربية تقنية البث الرقمي اصبحت القناة تبث على أربعة انواع من الاقمار، هي[1]:

1. (القمر الاوربي / هوت بيرد – 5 (الرقمي) وبدرجة (13) شرقاً وباستقطاب عمودي وبتردد 12596.56 ميغا هيرتز وبترميز MS/S 27.5 و FEC :4/3 .
2. عربسات / AKU3 (الرقمي) وبدرجة (26) شرقاً وباستقطاب عمودي كما يمكن التغير بدرجة النظر بتردد 11746 ميغا هيرتز في الاستقطاب الافقي.
3. عربسات / AKU3 وبدرجة 26 شرقاً وباستقطاب عمودي كما يمكن التغيير في درجة الاستقطاب الافقي بدرجة النظر بتردد 11976 ميغا هيرتز .
4. القمر المصري / نايل سات (102) الرقمي وبدرجة 7 شرقاً وباستقطاب عمودي وبتردد 11823 كيكا هيرتز .

أهداف الشبكة :

تسعى شبكة الاخبار العربية من خلال كل ما تقدم الى تحقيق مجموعة من الاهداف التي رسمتها لنفسها، وهي[2]:

1. رغبتها في الخروج عن النمط التقليدي الذي تسير عليه القنوات الفضائية العربية .
2. ان تكون عين المشاهد أينما كان على القضايا التي تعنيه وتهمه .
3. سد فجوة في الاعلام العربي في امور الاخبار، و ان لا تكون الاخبار هي ترجمة للاخبار الاجنبية وانعكاساً لاهتماماتها، بل ان تهتم باخبار المواطن العربي ومشاكله وهمومه وشؤونه ليس فقط الاهتمام بالخبر السياسي

---

(1) انظر موقع شبكة الاخبار العربية في شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) بتاريخ 2001/2/1 (http//:www.arab news network. Tv)

(2) مجلة الوطن العربي ،العدد (1057)، 6/ 6/ 1997.

التقليدي وانما الاهتمام ايضاً بامور الحياة الاخرى كالسكن والقضايا الاجتماعية والتعليم والثقافة والتعرف على توجهات الراي العام العربي .

4. الافتقار الى اخبار صادقة، فشبكتنا سوف تحل محل المحطات التلفزيونية الاجنبية في العالم العربي[1]

5. اتاحة الفرصة الكاملة والعادلة للمشاهد للتعرف على ما يريده من اخبار في الوقت الذي يناسبه دون الاضطرار للارتباط بمواقيت محددة لاذاعة الاخبار، كما هو الحال في القنوات العامة التي تقدم حقيبة اخبارية رئيسية ضمن منهاجها[2].

تمويل الشبكة:

لا تعتمد شبكة الإخبار العربية في أية حال من الأحوال على أية معونات أو دعم من قبل الحكومة السورية أو طرف آخر سواء في تمويلها أو سياستها العامة ذلك لأنها تمول من قبل مجموعة من رجال الأعمال العرب المستثمرين[3]، كما أن الشبكة تستعد لاستثمار (60) مليون دولار على مدى اكثر من خمسة أعوام، فقد استثمرت الشبكة في السنة الأولى من افتتاحها (20) مليون دولار وعليه فان الشبكة تعد شركة ذات كيان خاص ومستقل تديرها مجموعة من المستثمرين (واحد سعودي واثنان لبنانيان و آخر سعودي وواحد مصري)[4]، الى جانب ذلك، تمول الشبكة نفسها من خلال ثلاثة مصادر التي تعد أيضا مصادر أي قناة فضائية (عربية أم أجنبية) وذلك من خلال الإعلان* والتوزيع والاشتراكات[5].

(1)مجلة ستالايت، العدد (258)، 1998

(2)مجلة ستالايت، العدد (277)، 1998

(3) المصدر نفسه .

(4) مجلة الوطن العربي، العدد (924)، 1997/11/1 .

* تبث شبكة الأخبار العربية الإعلانات وذلك بعد الاتفاق الذي وقعته مع الشركة العالمية للاعلان: وهي شركة تابعة لدولة البحرين وللمزيد انظر (مجلة ستالايت، العدد (327) ، كانون الأول 1999).

(5) مجلة ستالايت، العدد (155)، تموز 1997

هيكل الشبكة:

يدير الشبكة فريق عمل متخصص يبدأ من رئيس مجلس الإدارة الذي يمثل الجهة الإدارية والفنية العليا للشبكة الذي يرأسه الدكتور سومر ألاسدي وأقسام متخصصة بالأعمال الإدارية كقسم الأخبار الذي يهتم بجمع الأخبار و إعادة صياغتها ومن ثم بثها مباشرة أو مسجلة و بالتنسيق مع شبكة من المراسلين المنتشرين في أرجاء متعددة من العالم[1]، ألا أن الشبكة في عام 1999 أخذت بتقليص عدد المكاتب الاقليمية المنتشرة لها في بقاع الأرض بسبب الصعوبات المالية التي عانت منها فعلى سبيل المثال الغي مكتب الشبكة في بغداد[2]، مما دفعها الى بث أخبارها على نظام الشريط الصوتي الأخباري المصاحب للصورة (Voice over) بالدرجة الأولى، أي الاستعانة بالوكالات الفيلمية للأخبار أهمها (رويترز) و(APTN)[3]، وتظم الشبكة أيضا قسم العلاقات الذي يقوم بمهام التنسيق أيضا مع القنوات التلفزيونية الفضائية الأخرى وتسويق البرامج التي تنتجها الشبكة والتبادل والاتفاقات الى غيرذلك من المهام المتعلقة به[4]، الى جانب ذلك هناك مكتب متخصص بموضوع البحث دون المراسلين و يقصد بذلك البحث في الارشيفات العربية والمكاتب وقضايا تهم العرب ويهمهم طرحها من خلال الاستعانة بها سواء في نشرات الأخبار أو في البرامج[5]، كما تضم فريق عمل متخصصا يضم اكثر من 120 شخصا عدا العاملين في المكاتب الفرعية والمراكز الاقليمية[6].

---

(1) مجلة تي في دش، العدد(55) ،تموز، 1997.

(2) مقابلة مع السيدة أجيال منصور ،مراسلة شبكة الأخبار العربية، بتاريخ 18/4 /1999.

(3) مقابلة مع السيد أحمد سامي مدير مكتب (APTN)، بغداد، 22/2 /2001.

(4) المصدر نفسه.

(5) مجلة تي في دش، العدد(155)، 1997.

(6) مجلة الوطن العربي، العدد (924) ،1997.

برامج الشبكة:

منذ اليوم الأول للبث، وضعت الشبكة مواد برامجية مختلفة و متنوعة للعمل الأخباري بغية إظهار هويتها الشخصية كقناة أخبارية متخصصة وذات تمويلا خاص كما تتبع الشبكة أسلوبا برامجيا متميزا لسد منهاجها اليومي ولتذكير المشاهد بماهية المواد التي تبثها والتي تراها ضرورية من اجل ترسيخها في أذهان المشاهدين، فأهم ما تتميز به برامج الشبكة هو بثها للنشرات الأخبارية الرئيسة ومواجيزها على مدار الساعة من اجل كسب أنظار المشاهد لها في متابعة الأحداث التي تجري في العالم أولا بأول والتي تعقب أثناء عرضها التقارير الحية والمسجلة للمراسلين والمحررين ثم الطرائف الأخبارية المتنوعة عقب نهاية كل نشرة أو موجز مع نشرة مفصلة لدقائق من الأخبار الاقتصادية التي تبين أسعار النفط والذهب والعملات في الأسواق العالمية لتختتم في النهاية بطائفة من الأخبار الرياضية و أخبار الطقس.

البرامج الإخبارية:

تتنوع البرامج الأخبارية للشبكة بحسب طبيعة الأسلوب الذي تتناوله، فمن بينها برنامج (المسائية) الذي يتناول بالتفصيل أهم الأحداث التي تجري في اليوم عبر التحليل والنقد والرأي عبر استضافته ذوي الاختصاص في مجال (السياسة، الاقتصاد، الصحافة) فالبرنامج بطبيعته وعلى مدار (45 – 55) دقيقة يتناول قضيتين أو ثلاث مع طائفة من الأخبار الموجزة التي تجري في اليوم، كما يتناول أيضا الأخبار الاقتصادية بشيء من التحليل والرأي أيضا من خلال مشاركة ذوي الاختصاص في مجال الاقتصاد والتجارة و المال ثم الأخبار الرياضية.

ضوء على حدث:

وهو برنامج يسلط الضوء على حدث مهم يجري على الصعيد العالمي والعربي.

أحداث الأسبوع:

وهو برنامج يتناول بطبيعته أهم الأحداث التي تجري في الأسبوع مع طائفة من الأخبار الرياضية والطريفة وعلى مدار نصف ساعة عبر التقرير والتحليل.

أقوال الصحف:

وهو برنامج يومي يسلط الضوء على آخر الأخبار والمقالات وغيرها من الفنون الصحفية المنشورة في الصحف العالمية والعربية.

برنامج التسوق:

وهو برنامج يسلط الضوء على بلدان العالم المختلفة عبر تناولها بشيء من الإيجاز بإظهار معالمها السياحية وعلى مدار (15) دقيقة .

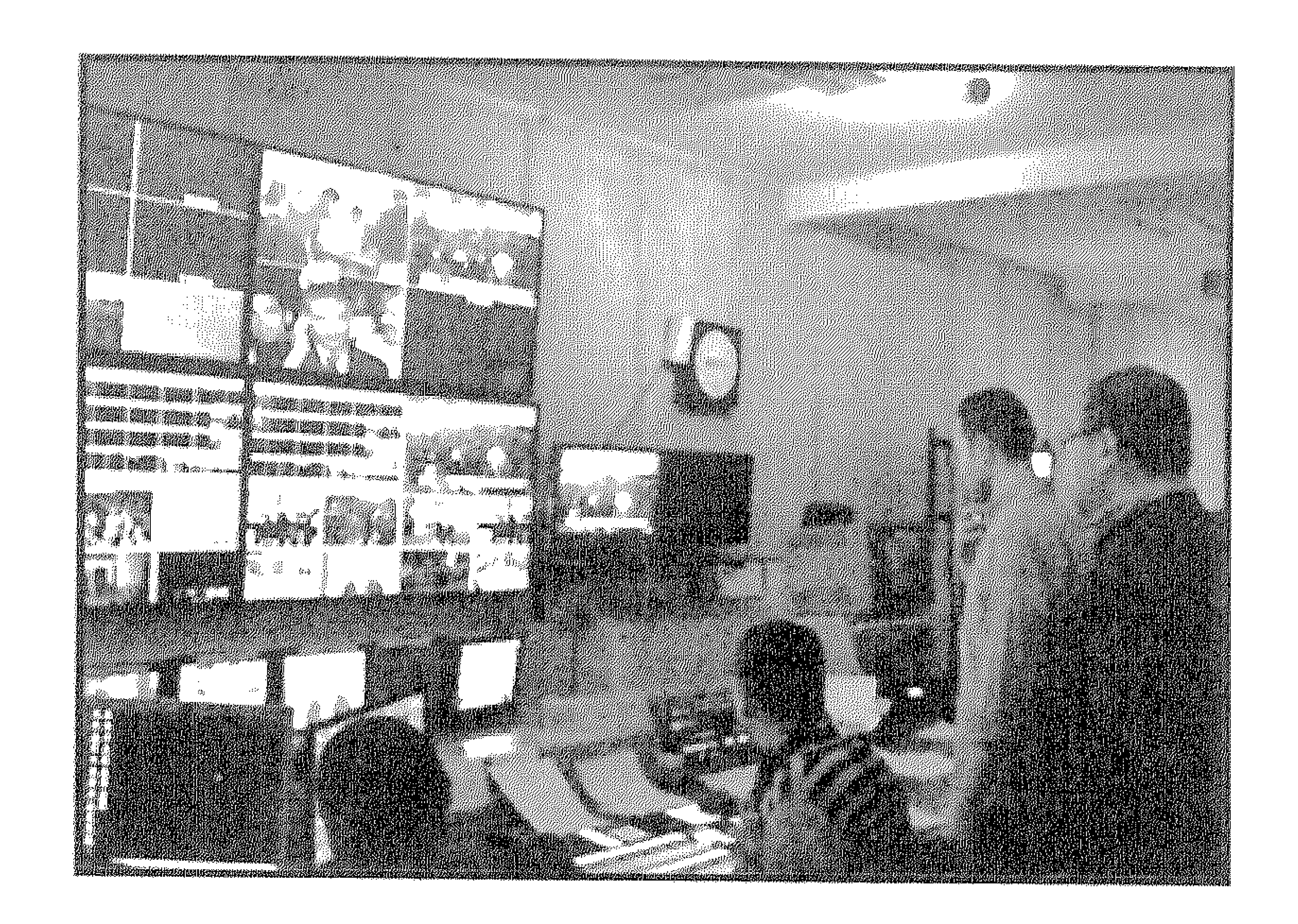
صوالحة كومة أخبار

الذي يتناول بشيء من الطرافة الأخبار عبر اضفاء طابع السخرية عليها ، الى جانب ذلك تبث الشبكة أيضا مجموعة من البرامج التي يضفي عليها الطابع الأخباري الطريف والثقافة والفن والعلوم والسينما والتكنولوجيا والتاريخ والرياضة و أهمها:

- حوار السبت.
- اولمبيكا.
- سينما وفن.
- المستكشفون الجدد.
- السجاد الشرقي.
- العالم من حولنا.
- أفاق وتكنولوجيا.
- أحداث هذا القرن.
- التبادل التجاري.
- ماغازين.
- قناديل في الظلام.
- صانعوا الأحداث.
- قضايا عالمية.
- المقهى الثقافي.
- حوار مفتوح.
- عالم جيليت الرياضي.
- رحلة الى ...
- العالم في مئة عام.
- تبادل شبكات العالم.
- ميوزيكا.
- قضايا عربية.
- اقتصاد.
- شخصيات بارزة .

الفصل الثالث

المنظور الاعلامي للقيم والتغطية الاخبارية في القنوات الفضائية



المبحث الأول

مفهوم القيمة الإخبارية

أولاً- تعريف القيمة الإخبارية: (News Value)

يتفق المفكرون على اختلاف اختصاصاتهم على أن أول استخدام للفظة (القيمة) كان باللغة الألمانية، وأن الفضل يعود في ذلك إلى لوتوز (Lotus) واللاهوتي راشيل (Rachel)، ولعلماء الاقتصاد النمساويين، أمثال مانجر (Manger) لانتشار استخدام هذه المفردة [1]، ويُعدُّ مفهوم القيمة (Value) * من المفاهيم التي اختلفت معانيها باختلاف استخدامها، وتبين الدراسة التي أجراها هاشم حسن أن اتجاهات دراسة القيم في العلوم الإنسانية توزعت على علوم الفلسفة والاقتصاد والعلوم الطبيعية والأنثروبولوجية والسوسيولوجية.

تشير دراسة أجريت عَنْ القيم الإخبارية إلى أن أول التعريفات والتفسيرات المعاصرة لمفهوم القيم الإخبارية هو ما قدمه يوهان كالتونك وماري روج (Johan Galtong and Merry Raga)، على أنها " **المعايير التي إذا ما توفرت كلها**

---

(1) فوزية دياب . القيم والعادات الإجتماعية . بيروت: دار النهضة العربية، 1980، ص20 .

* للتعرف على المفاهيم الفلسفية والدلالات الإجتماعية والنفسية لمفردة (القيمة) أنظر:

أ- هاشم حسن التميمي . فلسفة الخبر الصحفي: دراسة لمفهوم القيمة الإخبارية في الصحافة . عمان: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008، ص45- 57 .

ب- محمد حسام الدين . المسؤولية الإجتماعية للصحافة . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص111- 114.

ج- محسن جلوب سميح الكناني . تعرض الجمهور لقنوات الجنس الفضائية والتغير في النسق القيمي الاجتماعي . أطروحة دكتوراه . جامعة بغداد - كلية الأعلام، 2009، ص30- 45 .

د- وريدة علي ملياني، مصدر سابق، ص ص 58- 60.

أو بعضها في حدث ما زادت في احتمالات الإبلاغ عنه، وهذه المعايير هي: التكرار، الجسامة، الوضوح، الدالة أو الألفة أو الاعتياد، التطابق والتوافق، المفاجئة، الاستمرارية، التركيبية "[1] .

ويؤكد هذا التعريف أهمية القيم الإخبارية في إنتقاء الأخبار، إذ أشار التعريف إلى أن الإبلاغ عن الحدث يزداد كلما توافرت فيه كلّ من القيم الإخبارية أو عدد منها كما ذهب التعريف إلى تعداد القيم الإخبارية وهو أمر يؤكد أن من وضع التعريف يقر بعدم تغير القيم الإخبارية من مجتمع إلى آخر ولا بين فترة زمنية وأخرى . ويلاحظ من التعريف تجاهل دور الجمهور في تشكيل القيمة الإخبارية.

ويرى جون بيترز (Johan R.Peters) أن القيم الإخبارية " **مصطلح نسبي يشير إلى أهمية الحدث أو التأثير المحتمل لحدثٍ ما بالمقارنة مع أحداث أخرى أو قصص إخبارية محتملة أخرى** "[2]، وهو تعريف مقتضب تجاهل تماماً الإشارة إلى العوامل التي تساعد في تشكيل القيم الإخبارية أو تؤثر فيها، فضلاً عن تفسيرها من مجتمع لآخر، فيما أثر دور القيم الإخبارية في انتقاء الأخبار من خلال المقارنة بين الأحداث وإقرارها أيها ذات أهمية في النشر.

ويعرف كل من ستانلي جونسون وجوليان هاريس القيم الإخبارية بأنها " **المقياس الذي تقاس به ضخامة الحادث والمعيار الذي بفضله يمكن معرفة أهمية الخبر أو قدرته اجتذاب اهتمام القراء** "[3] .

وربط هذا التعريف أهمية الخبر التي تأتي من خلال القيم الإخبارية مع اهتمامات الجمهور، إذ تعمل القيم الإخبارية التي اسماها بالمقياس على اجتذاب اهتمام الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الإعلامية . ويلاحظ أن هذا التعريف أغفل

---

(1) Jams Watson and Anne Hill , A Dictionary of Communication media Studied , London , A media , 1984 , P.115-116.

(2) جون ر. بيترز . الإتصال الجماهيري: مدخل . ترجمة عمر الخطيب . بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987، ص357 .

(3) ستانلي جونسون وجوليان هاريس . إستقاء الأخبار فن . ترجمة وديع فلسطين . القاهرة: دار المعارف، 1960، ص41 .

العوامل التي تسهم في تشكيل القيم الإخبارية بأستثناء الجمهور، كما اغفل القيم من مجتمع إلى آخر ومن مؤسسة إلى أخرى .

ويورد حلمي خضر ساري تعريفاً للقيم الإخبارية مشيراً إلى أنها " **المعيار*** **الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الإتصال أحكامهم التقويمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء، مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقويمها** "[1].

ويركز هذا التعريف على دور القيم الإخبارية في عملية انتقاء الأخبار عاداً إياها معياراً للإنتقاء، ولمْ يكتفِ التعريف بالإشارة إلى دور القيم في إنتقاء الأخبار فقط بل أكد أهمية دور القيم الإخبارية في مراحل صناعة الخبر الأخرى كعملية جمع الأخبار بل وحتى تقديمها، إذ تحدد القيم الإخبارية موقع الخبر في النشرة وتسلسله بين الأخبار في كل من الإذاعة والتلفاز، فضلاً عن موقع الخبر في الصحيفة، وقد أغفل التعريف ذكر العوامل التي تساعد في تشكيل القيم الإخبارية أو تؤثر فيها فضلاً عن اختلافها من مجتمع إلى آخر أو من وسيلة إعلامية إلى أخرى .

ويرى الدكتور سليمان صالح في كتابه مقدمة في علم الصحافة أن القيم الإخبارية تستخدم " **في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابات، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر** "[2].

ويلاحظ أن هذا التعريف المقتضب تناول جانباً واحداً من جوانب القيم الإخبارية وهو دورها في انتقاء الأخبار وتحديد صلاحيتها للنشر .

---

* يتفق الباحث مع ما ذهب اليه الباحث علم الدين عبد الله ضرورة التفريق بين المعايير والقيم، فالمعايير هي أعم وأوسع وأشمل من القيم، إذ تتضمن المعايير ما يقبله المجتمع من قواعد وعادات واتجاهات وغير ذلك من محددات، أما القيم فهي أطر مرجعية يرجع إليها الفرد لتكون مرشداً له لما ينبغي أن يكون عليه سلوكه.

(1) حلمي خضر ساري . صورة العرب في الصحافة البريطانية . بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1988، ص183 .

(2) سليمان صالح . مقدمة في علم الصحافة . القاهرة: دار النشر للجامعات، 1994، ص96 .

ووضعت إحدى الدراسات تعريفاً للقيم الإخبارية بأنها " **مجموعة معايير ذاتية وموضوعية غير مكتوبة تفهم ضمناً من طرف المحترفين في وسائل الأعلام في عملية جمع وإنتقاء الأخبار، تشترك فيها جميع المؤسسات الإعلامية إلا أن الأخذ بها يختلف من مؤسسة إلى أخرى، وتعد بنى معقدة لما تحمله من معان أيديولوجية، ولأنها أيضاً تخضع لنوعية وأذواق الجمهور مما يعطيها صفة التغير والتطور** "[1] .

ويشير هذا التعريف إلى جوانب مختلفة تتعلق بالقيم الإخبارية فلم تقصر الباحثة دور القيم الإخبارية على إنتقاء الأخبار بل ذهبت إلى أن للقيم دوراً في عملية جمع الأخبار، وتطرقت إلى أنها عوامل مشتركة لكن الأخذ بها يختلف من مؤسسة إلى أخرى كما أشار التعريف إلى إثنين من عوامل تشكيل القيم الإخبارية وهي الآيديولوجية القائمة والجمهور .

وتعرف القيم الإخبارية أيضاً بأنها " **مجوعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع والمعرفة والفهم** "[2] .

ويلاحظ أن هذا التعريف يصف القيم الإخبارية بأنها مجوعة معايير يكون عن طريقها تحويل الحدث إلى خبر، ولم يغفل التعريف أهمية الجمهور كعامل في تشكيل القيم الإخبارية فيما تجاهل الإشارة إلى أهميتها في انتقاء الخبر واختلافها من مجتمع إلى آخر .

أما جيهان رشتي فتعد القيم الإخبارية من " **العوامل التي تجعل الخبر جديراً بالنشر، أي العوامل والمتغيرات الإخبارية التي تزيد من احتمال نشر الحدث دون غيره**"[3]، ويلاحظ أن هذا التعريف أقتصر على الإشارة إلى دور القيم الإخبارية في انتقاء الأخبار ومنحها فرصة النشر دون غيرها.

---

(1) وريدة علي ملياني، مصدر سابق، ص62 .

(2) نصر الدين العياضي . مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي . الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1994، ص27 .

(3) جيهان رشتي . قيم الأنباء الغربية والإعلام التنموي . مصر واليونسكو . مجلة . القاهرة: العدد (3)، 1985، ص183 .

ويرى فاروق أبو زيد أن القيم الإخبارية تعني " **مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر الصحفي وهي خصائص أمكن حصرها تاريخياً من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف والأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفاز** "[1]، ويصف هذا التعريف القيم الإخبارية بأنها مجموعة الخصائص دون أن يشير إلى العوامل التي تساعد في تشكيلها فضلاً عن اختلافها من مجتمع إلى آخر .

ويعرف محمد مصالحة القيم الإخبارية بأنها " **المبادئ التي تكونّ لدى الإعلاميين الحس الانتقائي للإخبار، وهي ليست قواعد مكتوبة أو مقننة يسترشد بها محرر الأخبار في انتقاء مادة الأخبار، بل أنه يتعلم، ويهضم من خلال ممارسته المهنة والمبادئ التي يسير على وفقها النظام الأخباري** "[2] .

ولم يختلف هذا التعريف عن العديد من التعاريف السابقة التي أشارت إلى دور القيم الإخبارية في انتقاء الأخبار وصلاحيتها للنشر، إذ أكد أن القيم الإخبارية تشارك في تكوين الحس الأنتقائي لدى الإعلاميين، عن طريق ممارسة العمل المهني والميداني، أي: عن طريق تراكم الخبرات لديه.

ويصف باحث آخر القيم الإخبارية بأنها " **الدلالات أو الأبعاد الآيديولوجية والذهنية المضمنّة في الأخبار التي تسهل عملية تحديد درجة تفاعل الوسيلة الإعلامية مع المجتمع، ومدى تحققها، وتطبيقها لسياستها، ومن ثم محافظتها على شخصيتها، أو عدم محافظتها عليها** "[3].

ويلاحظ أن التعريف السابق ركز على العوامل التي تتشكل من خلالها القيم الإخبارية كالسياسة الإعلامية أو التحريرية .

---

(1) فاروق ابو زيد . فن الخبر الصحفي . القاهرة: عالم الكتب، 1998، ص61 .

(2) محمد مصالحة . صناعة الأخبار في وسائل الاعلام . التوثيق الإعلامي . مجلة . العدد (2) . بغداد: 1989، ص76 .

(3) المجلة الجزائرية للاتصال، الجزائر، معهد علوم الإعلام والإتصال، العدد (13)، يناير – يونيو 1997. نقلا عن: رحيم مزيد، مصدر سابق، ص39 .

وتفهم القيم الإخبارية على أنها " **المحددات أو المعايير التي يبنى عليها الحكم على صلاحية الأخبار في طريقها إلى النشر** "[1].

ويضع سعيد محمد السيد في كتابه انتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون تعريفاً للقيم الإخبارية مشيراً إليها بأنها " **تلك العناصر التي إذا توافرت في أحد الأخبار زادت فرصته في النشر أو الإذاعة**"[2] .

وهذان التعريفان يشيران أيضاً إلى أنَّ القيم الإخبارية معايير يكون عن طريقها تنتقاء الأخبار وتحديد صلاحيتها للنشر.

وهناك مَنْ يعرّفُ القيم الإخبارية بأنها " **تلك الأركان التي تحدد جودة الخبر وصلاحيته للنشر، فإذا فقد الخبر أحد هذه العناصر أو الأركان قلت أهميته وأصبح نشره محل نظر ومناقشة** "[3] . ومع الخلط الواضح بين عناصر الخبر والقيم الإخبارية الوارد في التعريف إلا أنه أشار إلى دورها في تحديد أولويات النشر .

ويصف أحد الباحثين القيم الإخبارية بأنها " **مزيج من القيم الأخلاقية السائدة في المجتمعات، وهي قيم تسعى الحكومات والأنظمة إلى ربطها بالمصالح الوطنية التي تختلف من دولة إلى أخرى، وهي بهذا لا يمكن بأي حال أن تكون موحدة لأختلاف الأعراف واللغات والعادات والتقاليد ، التي تنبثق منها هذه القيم** "[4].

ويربط هذا التعريف القيم الإخبارية بمجموعة من العوامل التي تسهم في تشكيلها كالنظام السياسي القائم والقيم الأخلاقية السائدة في كل مجتمع، ويؤكد هذا التعريف على اختلاف هذه القيم باختلاف قيم المجتمعات وعاداتها

---

(1) صابر حسن محمد عمر، مصدر سابق، ص15.

(2) سعيد محمد السيد . أنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون . القاهرة: عالم الكتب، 1988، ص14 .

(3) إسماعيل إبراهيم . فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق . القاهرة: دار النشر والتوزيع، 1998، ص14 .

(4) عبد الحليم موسى يعقوب . الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام . القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2008، ص13 .

وتقاليدها ومع أن التعريف أشار إلى وصف القيم وتأثرها بعوامل تشكيلها إلا أنه لم يؤكد على أنها تمثل معياراً لإنتقاء الأخبار .

وأورد قاموس المصطلحات الإعلامية التعريف الآتي للقيم الإخبارية " **تقدير أهمية الخبر ومدى مسايرته لسياسة الصحيفة والمصلحة العامة، وعلى هذا الأساس يتحدد مكان نشره بالصحيفة أو المساحة التي ينشر عليها، وإذا كان الخبر إذاعياً تحدد المدة الزمنية للخبر ومكانه في النشرة أو العرض الأخباري** "[1] .

ويربط هذا التعريف القيم الإخبارية التي تحدد أهمية الخبر بالسياسة الإعلامية للمؤسسة، ويؤكد أن القيم الخبرية تحدد مكان النشر والمساحة التي تمنح للخبر سواء كان في الصحيفة أم في نشرات الأخبار الإذاعية أو التلفازية .

وفي دراسة عن القيم الإخبارية في الصحافة العراقية يضع الباحث تعريفاً شاملاً للقيم الإخبارية، إذ يشير هذا التعريف إليها بأنها " **الإطار الإدراكي أو الدلالي – الصريح أو الضمني – الذي يجعل القائم بالإتصال – فرداً أو مجموعة أفراد أو مؤسسة – قادراً على إدراك وإنتقاء القيم الإخبارية الأكثر أهمية بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وأنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص ومنحها فرصة الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز تستمد من طبيعة الوسائل وظرفها الخاص والعام، والقيمة من الناحية الموضوعية تعني مجموعة المكونات الجوهرية التي تشكل منها الأخبار وتتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها، ويجد فيها حراس البوابات والجمهور أنها مثيرة للاهتمام وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معينين** "[2] .

ويصف هذا التعريف إسهام القيم الإخبارية في مجمل عملية صناعة الأخبار التي تنتهي بوضع تسلسل الأخبار ضمن العروض الإخبارية، ويشير التعريف ضمناً إلى نقطة مهمة وهي دور القيم في منح الخبر فرصة أكبر للظهور والتكرار . فنحن نعلم

(1) كرم شلبي، قاموس المصطلحات الإعلامية، مصدر سابق، ص399- 400.

(2) هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص66 .

أن عـدداً مـن الأخبـار ترفـع مـن سـلّم اهتمامـات القـائمين علـى الأخبـار عنـد تقـادم العروض الإخبارية فيما تبقى أخباأر أخرى نظراً لأهميتها ، ولم يغفل التعريف دور الجمهور في عملية انتقاء الأخبار كعامل من عوامل تشكيل القيم الإخبارية .

وعـرف عبـد الـستار جـواد القـيم الإخباريـة بأنهـا " **مجموعـة المعـايير الـتي يعتمـدها الـصحفيون في اختيـارهم الخـبر، وهـذه المعـايير ليـست فرديـة تـنسب إلى صحفي دون سواه، بل إنها مجوعة قيم متعارف عليها لدى أمة من الأمم، ففي كل مجتمع هناك مجموعة من الأفكار والمعتقدات وطرائق السلوك تسمى بالقيم، وأن مجموع هذه القيم أو المعايير التي تعتمد في إصدار حكم قد تصل إلى مستوى نظام قيمي ينظر إليه نظرة تعميمية، بمعنى أن ثمة معايير عامة لدى المجتمع أو المجموعة، وهم كتاب الأخبار هنا** "[1].

وبحسب هذا التعريف فأن عبد الستار جواد يؤكد أيضاً أن القيم الإخبارية تمثل مجموعة من المعايير التي يتم عن طريقها انتقاء الأخبار ولكنه يذهب إلى أن هـذه المعـايير تتـسم بالعموميـة وليـست الفرديـة ، كمـا أكـد التعريـف علـى أن تلـك المعـايير تتـأثر بقـيم المجتمـع . ولم يـشر التعريـف إلى العوامـل الأخـرى الـتي تـسهم في تشكيل القيم الإخبارية كالسياسة الإعلامية والوسيلة .

ويـضيف أحـد البـاحثين تعريفـاً للقـيم الإخباريـة مؤكـداً أنهـا تعـني " **عمليـة انتقـاء قائمـة علـى خبرة الوسـيلة الإعلاميـة وتوجهـات القـائم بالإتـصال الفـكريـة، وسياسـة المؤسـسة الإعلاميـة، فـضلاً عـن امـتلاك الخـبر لعناصـر تـشكيل القـيم الخبرية، وبما أن القيم الإخبارية تمثل بعداً متغيراً لذا فان مفهومها إعلامياً يتحدد بحسب المنفعة العامة والحاجة والإهتمام الإنسأني ووفق منطلقات الخطاب الإعلامي لهذه المؤسسة أو تلك** "[2] .

---

(1) عبد الستار جواد ، فن كتابة الأخبار، مصدر سابق، ص52 .

(21) علم الدين عبد الله ، مصدر سابق، ص72.

ويصف هذا التعريف القيم الإخبارية بأنها عملية نتقاء ترتبط بمجموعة من الشروط أو العوامل التي تسهم في تشكيل وتدعيم القيم الإخبارية، ومع أن التعريف كان موفقاً في تحديد أهمية العوامل التي تسهم في تشكيل وتدعيم القيم الإخبارية، إلا إننا لا نتفق مع الباحث في وصفه للقيم بأنها عملية انتقاء، فعملية انتقاء الأخبارعمل تطبيقي يكون الأستناد فيه على أطر معينة تحدد أهمية الخبر وهذه الأطر هي القيم الإخبارية التي يتضمنها الحدث أو الخبر.

ويجد الباحث أن التعاريف السابقة للقيم الإخبارية انطلقت من نقاط التقاء مشتركة هي:

1. أن القيم الإخبارية تُعد معياراً لانتقاء الأخبار وتحديد أهليتها أو صلاحيتها للنشر في الوقت الذي نرى فيه أن القيم الإخبارية ما هي إلا أطر مرجعية ترشدنا إلى ما هو مهم في الخبر أو الحدث.
2. لم تحدد التعاريف القيم الإخبارية كونها متغيرة.
3. أشارت أغلب التعاريف إلى أن القيم الإخبارية تتغير من مجتمع لآخر ومن مؤسسة إعلامية لأخرى، وهذا التغير لا يعني أن لكل قناة أو مؤسسة إعلامية قيماً خاصة بها عن قيم المؤسسات الأخرى وأنما تعتمد كل مؤسسة على عدد معين من القيم في إنتقاء الأخبار.
4. أغفلت أغلب التعاريف تسمية العوامل التي تساعد في تدعيم وتشكيل القيم الإخبارية، فيما أشارت بعض التعاريف إلى عدد من تلك العوامل وأغفلت الأخرى.

وبناءً على ما سبق يرى الباحث أن القيم الإخبارية في التلفاز تعني **"مجموعة الأطر المرجعية التي امكن حصرها وتصنيفها بناءً على ما يعتمده العاملون في مجال الاخبار التلفازية، ولها امكانية التغيير بتقادم الوقت نتيجة لتفاعل تفضيلات الجمهور والقائم بالاتصال، كما يمكن ان تسهم الوسيلة في تغييرها، وتفرض طبيعة الحدث تلك الاطر، ليمنح وجودها متأثرا بواحد او اكثر من العوامل التي تدعمها، الحدث او الخبر جدارة اخبارية لنشره، فتسهم بذلك في جمع وتحرير**

الأخبار وتفضيلها وانتقائها وتحديد تسلسلها وموقعها في النشرة الإخبارية فضلا عن تكرارها وشكل تغطيتها ومساحتها الزمنية ضمن العرض الإخباري " .

ويركز هذا التعريف على إبراز عدد من الجوانب هي:

1. إن القيم الإخبارية تعد نقطة أشتراك وتفاعل بين الجمهور والحدث والقائم بالإتصال.
2. إن للقيم الإخبارية دوراً هاماً في انتقاء الأخبار شرط توافقها مع العوامل التي تدعمها كالسياسة العامة للبلد أو النظام الإعلامي والسياسة الإعلامية للمؤسسة فضلاً عن القيم المهنية والأطر الفكرية والمرجعية والإجتماعية والسياسية للقائم بالإتصال، وكذلك الجمهور ونوع الوسيلة والضغوط الاقتصادية التي تتمثل بنوع ملكية المؤسسة الإعلامية .
3. إن سيادة قيم إخبارية بعينها يتغير بتغير المجتمعات والأطر السياسية كما تتغير وفقاً للتطورات التي تشهدها تقانة الإتصال .

ثانياً- عناصر الخبر والقيم المهنية للتغطية الإخبارية:

اهتم الباحثون في مجال الإعلام بموضوع تحديد القيم التي تتحكم في أسبقية النشر، وقد اعترى العديد من البحوث والأدبيات الإعلامية خلطاً بين (عناصر الخبر) و (القيم الإخبارية) فكثيراً ما أشار الكتاب إلى (القيم الإخبارية) واصفين إياها بـ (عناصر الخبر) * ولعل أسباب ذلك تعود إلى ترجمة المصطلحات الأجنبية التي تشير إلى مفهوم (القيم الإخبارية) ** فضلاً عن اختلاف المدارس الإعلامية في

* أفرد الدكتور فاروق ابو زيد فصلاً في كتابه فن الخبر الصفي يتحدث فيه عن القيم الإخبارية مسمياً إياها بعناصر الخبر، كما صنف محمد صمد خضر في كتابه مطالعات في الإعلام، القيم الإخبارية تحت عنوان (عناصر الخبر) أيضاً، ويسميها عبد العزيز الغنام، في كتابه مدخل في علم الصحافة (عناصر وصفات) الخبر .

** News Characteristics .
News Criteria .
News Factors .
News indicators .
News qualities .

تعريفها لمفهوم الخبر، ولم يقتصر الخلط على ما مرّ ذكره، بل إن الخلط أمتد ليكون بين (القيم الإخبارية) و (القيم المهنية للتغطية الإخبارية)، إذ يضع أحد الباحثين الموضوعية كقيمة إخبارية ضمن قيم الأخبار في العالم الغربي الرأسمالي بجانب قيم الفورية والقرب المكاني والشهرة والغرابة وغيرها من القيم [1] ويضع باحث آخر الدقة والصدق والتساؤلات الست ضمن تلك القيم [2]، وبالرغم من الخلط الذي تولد عند عدد من الكتاب والباحثين، **إلا أننا وفي هذه الدراسة يمكن أن نفرق بين كل من القيم الإخبارية وعناصر الخبر والقيم المهنية للتغطية الإخبارية وكما يأتي:**

1. القيم الإخبارية:

وهي السمات التي تميز بين الأخبار، وتحدد أولويات النشر والإبراز لهذا الخبر أو ذاك، إذ يفترض أن تتوفر في الخبر واحدة او اكثر من هذه القيم لتؤهله للتنافس في النشر المقروء أو المرئي أو المسموع [3] .

2. عناصر الخبر:

وهي المكونات البنيوية للخبر، مثل الإستهلال والصور والمتن والخاتمة فضلاً عن الاستفهامات الستة* [4] وبدونها لا يصير الخبر خبراً [5]، وهناك من يضيف عناصر أخرى للخبر في التلفاز، ويقسمها إلى قسمين أولهما العناصر الكلاسيكية

أنظر: عبد الستار جواد، صناعة الأخبار، مصدر سابق، ص75.   News Values .

(1) عبد الفتاح عبد النبي، مصدر سابق، ص47 .

(2) بركات عبد العزيز . أتجاهات حديثة في أنتاج البرامج الإذاعية . القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2000 ، ص92- 94 .

(3) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص47 .

* يفرق الدكتور عبد النبي خزعل بين التساؤلات الست فيسميها عناصر تكوين الخبر، وبين الأستهلال والصور والمتن والخاتمة ويسميها بوحدات بناء البخر . أنظر: عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية، مصدر سابق، ص144- 148 .

(4) عبد الستار جواد، صناعة الأخبار، مصدر سابق، ص75- 76 .

(5) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص72 .

وهـي التساؤلات الست، (من، مـاذا، متى، اين، لماذا، كيف)، أما الثانية فهي العناصر التقنية كالصورة والصوت [1] .

3. **القيم المهنية للتغطية الخبرية **:**

وهـي الدقة والموضوعية والصحة أو الصدق [2] ويضيف اليها هاشم حسن سياسة الصحيفة [3] التي يجب أن يلتزم بها محرر المادة الإخبارية*** [4]، ويطلق عليها البعض " صفات الخبر " [5] ويسميها آخر "الشروط والصفات الواجب توفرها في الخبر" [6] عند النشر، ويفرق فاروق أبو زيد بين الصفة والعنصر مؤكداً أن العنصر يُعد من الأجزاء المكونة للخبر وبدونها لا يصير الخبر خبراً، أما الصفات فقد توجد في الخبر أو لا توجد وإن كان عدم وجودها إخلال من قيمة الخبر وتشويه لسمعة المؤسسة الإعلامية التي تتجاهل الالتزام بهذه الصفات عند نشرها للخبر[7].

أ. **الصحة أو الصدق: (Truth)**

تُعدُّ الصحة أو كما يطلق عليها بعض الباحثين بالصدق من أهم القيم المهنية

---

(1) خالد مجد الدين محمد، مصدر سابق، ص27 .

** يفرق محمد حسام الدين في كتابه (المسؤولية الإجتماعية للصحافة) بين نوعين من القيم المهنية الإخبارية، الأول هو قيم جمع المادة الخبرية وهي الحق في الخصوصية وسرية المعلومات فضلاً عن آليات دفع المصدر للحديث، أما الثأني فهي قيم كتابة المادة الخبرية وقسمها إلى الصدق والدقة والشمول (الاكتمال) .

(2) سعاد عبد الرحمن وحسني نصر، مصدر سابق، ص76 .

(3) هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص66 .

*** يرى الباحث أن سياسة الصحيفة ليست من بين القيم المهنية للتغطية الخبرية بل أنها سياقات عمل يجب أن لا تتقاطع بأي شكل من الأشكال مع القيم المهنية للتغطية الصحفية.

(4) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص115 .

(5) أنظر:

أ- هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص66

ب- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص72 .

(6) سعاد عبد الرحمن وحسني نصر، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، مصدر سابق، ص76 .

(7) فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص72 .

للتغطية الإخبارية، والأساس الذي يبنى عليه الخبر [1]. ويقصد بها أن تكون وقائع الخبر صحيحة وحقيقية، أيْ: وقعت بالفعل وليست ملفقة أو مختلقة كي تحول الخبر إلى مجرد إشاعة [2]، ولا يقتصر الصدق على مصادر الخبر والجمهور بل يتمد ليشمل صدق الصحفي مع نفسه [3]، ويرجع بركات عبد العزيز سبب تقديم بعض المؤسسات الإعلامية للأخبار غير الصحيحة إلى طغيان الدعاية على المادة الإخبارية[4] ويمكن القول أن تغطية الخبر غير الموثوق بصحته يجعل الوسيلة الإعلامية عرضة للتكذيب وفقدأن المصداقية وثقة الجمهور[5] .

ب. الدقـة: (Accuracy)

ويقصد بها نقل سياق الخبر بأمانة ودون أي تشويه أو تضليل، فنشر الأخبار غير الدقيقة يفقد الوسيلة الإعلامية مكانتها لدى الجمهور فضلاً عن إحداث مشاكل قانونية [6]، والدقة تعني أن كل عبارة في المادة الخبرية من أسماء وتواريخ واقتباس من كلام المصدر وغيره منقول بشكل دقيق [7]، ودون حذف يخل بسياقها ويعطيها معنى أو تأثيراً مخالفاً للحقيقة أو عكس ما كان يعطيه لو كان قد نشر كاملاً أي دقيقاً [8]، **ويمكن حصر الأسباب التي تؤدي إلى عدم الدقة بما يأتي[9]:**

---

(1) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص121 .

(2) قيس عبد الحسين الياسري وحميد جاعد . الخبر الصحفي: دراسة نظرية وتطبيقية . بغداد: دار الحكمة للنشر والترجمة، 1987، ص14 .

(3) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص121- 122 .

(4) بركات عبد العزيز، أتجاهات حديثة في أنتاج البرامج الإذاعية، مصدر سابق، ص93.

(5) قيس عبد الحسين الياسري وحميد جاعد، مصدر سابق، ص14 .

(6) توماس بيري . الصحافة اليوم . ترجمة مروان الجابري . بيروت: دار بدرأن للطباعة والنشر، 1964، ص38.

(7) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص122 .

(8) Hoggart Richard , Bad News , Volume1 , Glasgow University Media group , London , 1976 , P.42-47 .

نقلا عن: فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص73.

(9) Douglas Newsonm and James Wallert , Media Writings News for the mass media , Belmont , California , wards worth publishing company , 1993 , P.33.

1. ضغط توقيت صدور الصحيفة التي تدفع الصحفيين إلى عدم الاهتمام " ويضاف لها ضغوط سرعة الإنجاز التي يتطلبه العمل في القنوات الفضائية والنقل المباشر " .
2. عدم وجود إلمام كاف لدى المندوبين بخلفية القصة الخبرية .
3. عدم مبالاة المندوبين في التحقق من معلومات القصة الخبرية من مصادر متعددة .

وتُعد الدقة صفة مكملة للصحة، فقد يكون الخبر صحيحاً ولكن لا تراعى صفة الدقة عند معالجته من قبل القائمين على تحرير الأخبار. مما يؤدي إلى نشره بطريقة لا تحفظ صحته[1].

ج. الموضوعية: (Objectivity)

وتعني ما هو موضوع خارج الذات المفكرة، أي بذل الجهد بعدم الحكم على الأحداث، وعدم التأثر بالأحكام الشخصية السابقة أو التحيزات القبلية لأي من القائمين على الأخبار والعاملين فيها [2] . فالموضوعية تعني بذلك فصل الخبر عن الرأي [3]، إذ لا بد من التفرقة بين الخبر والرأي، كي لا يتأثر القارئ بآراء المحررين ويحافظ على إستقلاله عنهم عند تكوين آرائه بالنسبة لخبر ما [4] .

وهناك من يذهب إلى أن الموضوعية تعني عدم تحيّز الصحفي حتى للمؤسسة المالكة لوسيلة الإعلام [5]، فالأخبار ليست الحدث كما تراه العين، بل هي تقرير حقيقي عن الأحداث التي وقعت [6] ومِنْ أجل ذلك فالموضوعية تعني أن يكون الخبر محصوراً ضمن إطاره وخالياً من رأي المُخبِر[7] .

---

(1) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص122 .

(2) المصدر نفسه، ص125 .

(3) عبد الحليم موسى يعقوب، مصدر سابق، ص78 .

(4) عبد العزيز الغنام . مدخل في عالم الصحافة . القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1977، ص128 .

(5) ديبرا بوتر . دليل الصحافة المستقلة . ترجمة مفيد الديك . واشنطن: مكتبة برنامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية، 2006، ص9 .

(6) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص125 .

(7) ميغن مينتشر . تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون . ترجمة أديب خضور . دمشق: المكتبة الإعلامية، 1992، ص33 .

ويبقى تحقيق الموضوعية مسألة نسبية، فالموضوعية المطلقة والحيادية التامة تكونُ ضرباً من المستحيل [1]، فالكثير من الصحفيين يقرون بأن الموضوعية التامة مستحيلة، مما دفع الجمعية الأمريكية للصحفيين المحترفين إلى إسقاط كلمة (الموضوعية) من مدونة مبادئ السلوك الخاصة بها، على أساس أن الصحفيين بشر يهتمون بعملهم ولهم آراؤُهم وإن الادعاء بأنهم موضوعيون كليا يوحي بعدم وجود قيم لديهم [2].

ومع الانتقادات التي تواجهها وسائل الاعلام المختلفة بشأن عدم التزامها بالمعايير المهنية فإن هناك عدد من المحددات، التي يمكن أن تحقق الموضوعية في التغطية الخبرية في حال تجنبها عند تغطية الاحداث. ويرى برادلي (Bradley) أن الممارسات التي تشوه الموضوعية هي حذف وقائع على جانب من الأهمية، وإضافة تفاصيل غير مطلوبة على حساب الحقائق المهمة، وخداع القارئ سواء كان بشكل مقصود أو غير مقصود [3]، **ويرى وستلي (Westley) أن الموضوعية الصحفية تتحقق عن طريق عدد من القرارات الإدارية الصحفية، منها [4]:**

- **التوازن:** وتعني الحرص على إيراد الآراء المتعارضة عنْ الموضوع الذي يتم تناوله، وعرض وجهات النظر المختلفة حيال القصة الإخبارية.
- **الإسناد:** ويعني نسب كل رأي أو معلومة في الموضوع الذي يتم تناوله إلى مصدر حي أو غير حي وعدم خلط الخبر برأي المندوب أو المحرر، والحرص على إعطاء معلومات خلفية توضح الحدث.

---

(1) محمود أدهم. فن الخبر. ط2. القاهرة: دار الشعب، 1987، ص583.

(2) دبيرا بوتر، مصدر سابق، ص9- 10

(3) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص128.

(4) المصدر نفسه.

ويرى الباحث ضرورة التفريق بين كل من القيم الإخبارية والقيم المهنية للتغطية الخبرية إذ عمد الكثير من الباحثين إلى الخلط بين القيم المهنية للتغطية الإخبارية والقيم الإخبارية، فضلاً عن الخلط الذي يقع فيه بعض الباحثين بين مصطلح عناصر الخبر والقيم الإخبارية، ولعل تجاوز هذا الخلط سيقودنا إلى تحديد القيم الإخبارية وحصرها بشكل لاتشوبه الأخطاء.

المبحث الثاني

عوامل تشكيل وتدعيم القيم الإخبارية

أولاً- عوامل تدعيم القيم الإخبارية:

ويحدد أحد الباحثين [1]، ستة عوامل أسماها القوى والعلاقات التي تؤثر بالقائم بالإتصال وهي:

1. خصائص القائم بالإتصال والإحساس بالذات .
2. الإنتماءات والجماعات المرجعية .
3. الضغوط المهنية وعلاقات العمل .
4. العلاقة بمصادر الأنباء والمعلومات .
5. تأثير السياسات الخارجية والداخلية .
6. التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين .

أما الباحثان حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد [2]، فقد حددا العوامل المؤثرة على القائم بالإتصال بوصفه (حارس البوابة الإعلامية) بمايأتي:

1. معايير المجتمع وقيمه وتقاليده .
2. معايير ذاتية وتشمل عوامل التنشئة الإجتماعية، والتعليم والإتجاهات والميول والإنتماءات والجماعات المرجعية .
3. معايير مهنية وتشمل سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الإخبار وعلاقات العمل وضغوطه .

---

(1) محمد عبد الحميد . نظريات الإعلام وأتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتاب، 2004، ص 155.

(2) حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد . الإتصال ونظرياته المعاصرة . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001، ص173 – 184.

4. معايير الجمهور .

وتضيف جيهان رشتي عوامل اخرى تسهم في تدعيم القيم الإخبارية وتتحكم في انتقاء الاخبار في وسائل الإعلام الموجهة وهي[1] :

1. تأثير السياسة الخارجية الرسمية على الموقف الذي يتبناه إعلام الدولة حيال الدول الأجنبية مما يؤدي الى التعتيم على بعض الأحداث والأخبار وابراز اخرى خدمة للسياسة الخارجية للدولة الراعية للبث الموجه.
2. التحيز الثقافي والأيديولوجي.
3. استغلال الأخبار للضغط على الدول الأخرى وجعلها ترضخ للسياسة الرسمية للدولة الراعية للبث أو المؤسسة الإعلامية الموجهة.

يُقصد بالسياسة الإعلامية للمؤسسة الإعلامية " **التوجه الذي تتبناه هذه الوسيلة أو تلك وفقاً لمعايير وأسس تحدد ذلك التوجه وصولاً إلى أهداف معينة، وقد تكون السياسة الإعلامية العنصر الأساس الذي يؤثر في إنتقاء الأخبار وترتيبها** "[2]، إذ تتلقى غرف الأخبار في القنوات الفضائية يومياً كماً هائلاً من القصص الإخبارية إذ يتحتم على القناة أن تختار ما يناسبها وفق اعتبارات عديدة تختلف أهميتها من وسيلة إعلامية إلى أخرى أو من مؤسسة إعلامية إلى أخرى، وينعكس هذا الإختلاف بدوره على المعالجة الإعلامية للموضوعات المختلفة، كما أن المؤسسة هي التي تحدد عمل المحررين، وبذلك فإن الأخبار ليست نتاجاً حتمياً للأحداث بالمصادفة بقدر ما هي نتيجة قرارات أتخذت بالفعل داخل المؤسسة، ويتصل كل ذلك عادة بما يعرف بالسياسة الإعلامية للوسيلة، تلك السياسة التي تختلف من قناة فضائية إلى أخرى، وتنعكس على الجوانب المختلفة لمضمون الخبر من حيث المدة الزمنية للخبر داخل العرض الإحباري وتوقيته، ونوعية المضمون وأسلوب الصياغة والتقديم [3].

(1) جيهان رشتي، الاعلام الدولي، مصدر سابق، ص 437 .

(2) عاصف حميدي، مصدر سابق، ص 23.

(3) بركات عبد العزيز، أتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية، مصدر سابق، ص87.

ويمكن تعريف السياسة التحريرية بأنها " مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التى تتحكم فى الإسلوب أو الطريقة التى يقدم بها المضمون الصحفى وتكون فى الغالب غير مكتوبة، بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريرى وتظهر فى سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفي اليومي، وهى تخضع لقدر من المرونة تختلف درجتها من صحيفة لأخرى "[1].

أ . نشر ما يدخل في دائرة اهتمام المؤسسة الإعلامية بشكل بارز وضخم لرفع أهميته الإخبارية .

ب . تطوير القيم الإخبارية وفق أغراض المؤسسة الإعلامية، أي العمل على تلوين الخبر .

ج . طمس القيم الواقعية للأخبار عن طريق احاطتها بسيل من الأحاديث والتصريحات التي تقلل أو تزيد من أهميتها، وفق أتجاهات الجريدة وسياستها .

د . القضاء على الموضوعية في الخبر، عن طريق طمس قيمته الأصلية .

إن تأثير السياسة الإعلامية يبرز عن طريق التعامل مع الأحداث وكيفية إيصال الرسالة الإعلامية بما يكون متوافقاً مع النظام السياسي والإجتماعي، ويكون ذلك باستعمال القائم بالإتصال للأسلوبين الآتيين [2]:

- **الأسلوب اللفظي:** حيث تستعمل هنا الألفاظ ذات الأبعاد والدلالات التي تعبر عن السياسة المتبعة والآيديولوجية المسيطرة على الإعلام، فيكون انتقاء الألفاظ دقيقاً ومعنياً يعطي الرسالة الإعلامية بعدها الآيديولوجي وفقاً للسياسة المتبعة لدى السلطة وفي تلك المؤسسة .

---

(1) الأمير صحصاح، مراحل التغطية الإخبارية في الصحافة، تم التصفح بتاريخ 2010/11/5.
http://elameer.elaphblog.com/posts.aspx?U=4021&A=50706

(2) إسماعيل قاسمي، القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، دراسة مقارنة بين نشرات الأخبار في التلفاز الجزائري وقناة الجزيرة وTF1 الفرنسية، بحث منشور على موقع الكتروني، تم التصفح بتاريخ 2010/5/22.

http://itfc.nireblog.com/

- اسلوب الصورة: وتعني استعمال الصورة التلفازية التي لها دور بارز في ما يراد إيصاله من الرسالة الإعلامية، وهذه الصورة يمكن أن تؤدي دوراً أكبر من نص الخبر وهي أبلغ من كل تعبير، ولاسيما الصورة التلفازية لأنها عبارة عن صورة مباشرة فالصورة الإخبارية المتحركة لها قوة وتأثير تفوق كثيراً قوة وتأثير الكلمة، ويتضح ذلك في الأحداث ذات الأهمية الخاصة والتي يمكن للمشاهدين متابعتها لحظة بلحظة، وهذه الصور ستصل إلى الجمهور كما يريدها القائمون بالإتصال إما حسب البعد الذي أراده ملتقط الصورة أو بالحذف من قبل المحررين أو عدم نشرها، كما يمكننا عبر الصورة أن نبرز قيما إخبارية ومغزى فكرياً وآيديولوجيا *.

يُعد التمويل من الخصائص المميزة للإتصال الجماهيري الذي تحتاج مؤسساته إلى التمويل لتشغيل المستخدمين وتوافر المعدات والالات التي توصل الرسائل إلى الجمهور [1]، ولذلك تحدد ملكية المؤسسة الإعلامية وإدارتها ومحتوى

---

* وكمثال على ذلك الصور التي نشرت على جريدة " الصن " البريطانية للرئيس العراقي الأسبق الذي أطاحت به الولايات المتحدة عام 2003م وهو يرتدي الملابس الداخلية فقط في السجن في شهر آيار من عام 2004م، فهنالك من تعامل مع الصور بأنها تحل قيمة إخبارية وهناك من رأى فيها أنها لاأخلاقية ولم يتعامل معها كصورة تحمل قيمة إخبارية، والمنطق في هذا أن كل مؤسسة إعلامية لها سياستها وأهدافها وتريد إيصال رسائل معينة إلى الجمهور، كما أن القيم الإخبارية تختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى بأختلاف القيم الآيديولوجية، فان بعض الوسائل الإعلامية العربية قررت عدم التعامل مع الصور لأنها لا تحمل قيمة إخبارية، بينما نشرت في العديد من المؤسسات الإعلامية الغربية والبعض من العربية، مع أن المؤسسات التي عارضت نشر تلك الصور وعدتها غير أخلاقية كانت قد نشرت في السابق صوراً لصدام وهو شبه عار مرتين وهو يسبح في نهري الدجلة والفرات وكان ذلك رداً على إشاعات مرضه، فما الفرق بين المؤسسات الإعلامية في تعاملها مع الصور وبين تعامل نفس لوسائل بطريقتين مختلفتين مع صور السباحة وصور السجن، سوى أن التعامل مع الصور كان بشكل آيديولوجي، (الباحث).

(1) صالح خليل أبو أصبع . الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة . ط5 . عمان: دار مجدلاوي، 2006، ص66.

تبعيتها للمالك سواء كانت نظاماً سياسياً أو كياناً جتماعياً أو رأس مال خاص [1] السياسة التحريرية للمؤسسة وما ينبغي نشره وما يترك ويهمل، فالتغطية الإخبارية تتأثر تبعاً لنمط الملكية [2]. ومِنْ ثمَّ يتوجب على العاملين في غرف الأخبار التقيد بالسياسة الإعلامية عند معالجتهم للأخبار ونتقائها.

أضحى التحكم المالي في المؤسسات الإعلامية مؤثراً في قيمها الإخبارية ويحد من حرية التعبير باستعمال سلطة المال كوسيلة لكبح حرية الإعلام، وبما أن الإعلان أو الإشهار يُعد من المصادر الأساسية لعائدات المؤسسات الإعلامية، فأنه من غير المنطقي أن تجرب أية وسيلة إعلامية على خسارة هذا المصدر سواء أكانت إعلانات حكومية مصدرها السلطة العمومية أو إعلانات خاصة من الممولين وأصحاب كبرى الشركات [3]، ليؤثر الإعلان على القائمين بالإتصال في المؤسسات الإعلامية، وهو تأثير يمتد ليصل إلى التأثير على الأتجاه السياسي للمؤسسة [4] ومِنْ ثمَّ التأثير على السياسة التحريرية للأخبار.

ويُعد هذا التأثير محدوداً في الإذاعات والقنوات الفضائية الموجهة كونها في الغالب تعتمد على التمويل الحكومي ولا تمول من قبل القطاع الخاص أو تستخدم الإعلانات كمصدر للتمويل، فيما يتضح دور الضغوط التجارية للمعلنين واضحاً في وسائل الإعلام الخاصة ذات الطابع التجاري القائم على أساس تحقيق الأرباح .

تمثل الفلسفة الإقتصادية للنظام القائم أحدى أهم محاور السياسة الإعلامية والتحريرية للمؤسسة الإعلامية، فالأخبار التي تجد رواجاً في المجتمعات الرأسمالية ربما تكون غير محبذة في المجتمعات الإشتراكية والعكس صحيح .

---

(1) المنصف العياري وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، مصدر سابق، ص39

(2) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص177.

(3) إسماعيل قاسمي، مصدر سابق.

(4) صالح خليل أبو أصبع، المدخل إلى الإتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص289.

يشكل الجمهور عنصراً مهماً من عناصر العملية الإتصالية، فالإنتاج الإعلامي يستهدف الجمهور بوصفه المعني بالإنتاج شكلاً ومضموناً، ومِنْ ثمَّ فأن الجمهور يُعد واحداً من العوامل التي تساعد في تدعيم القيم الإخبارية، فالقصص الإخبارية تحدد وتنقى وفق احتياجات الجمهور المستهدف ورغباته واهتماماته، التي تسهم بشكل مباشر في عملية انتقاء الأخبار [1]. ولذلك فأن الصحفيين يعملون على التحقق من رغبات جمهورهم لإشباعها [2]. ولا يقف الأمر إلى حد رغبات الجمهور، بل يتعداه إلى الكوابح المجتمعية، فالأفكار الإجتماعية والدينية والميثلوجية والشعبية التي تميز المجتمعات بعضها عن البعض الآخر تدخل في تحديد الأسس التي بموجبها تصبح الأخبار قابلة للنشر في المجتمع أولاً ومدى تفاعل المتلقين معها ثانية[3].

وتؤكد إحدى الدراسات أن الجمهور يتدخل في عملية انتقاء الأخبار بشكل غير مباشر، فوسائل الإعلام تهتم بإرضاء أحتياجات الجمهور، ولذلك أعتمدت وسائل الإعلام بما فيها التلفاز أساليب مختلفة لتحقيق ذلك خاصة وأن جمهور التلفاز متنوع يجمع بين الأمي والمتعلم [4]، وبهذا الشأن يطلق أحد الباحثين على القيم الإخبارية تسمية " المقاييس العامة للأختيار في التحرير الصحفي " ويؤكد بأنها ترتبط بالحدث نفسه وهي الدلالة والحالة الإعلامية، ويميزها عن المقاييس الخاصة بكل مؤسسة صحفية التي ترتبط بجمهورها [5].

تؤثر طبيعة الوسيلة الإعلامية ومواصفاتها التقنية في انتقاء بعض الأخبار وسرعة نشر بعضها الآخر أو التركيز عليها أو ابرازها بالإستقامة من المزايا التقنية

---

(1) بركات عبد العزيز، أتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية، مصدر سابق، ص87.

(2) جيهأن رشتي، الإعلام الدولي، مصدرسابق، ص420.

(3) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص48.

(4) المنصف العياري وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، مصدر سابق، ص13.

(5) عبد العزيز شرف . الأساليب الفنية في التحرير الصحفي . القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000، ص103.

للوسيلة الإتصالية [1] . ولعل وجود الخبر في نشرة الأخبار التلفازية يكون خاضعاً لوجود مقومات الخبر التلفازي [2] فيه مثل توافر المادة الفلمية وصلاحيتها للبث، فضلا عن الاجراءات الفنية والتقانية الخاصة بالحصول على المعلومات والصور المرافقة للخبر.

ويُعد موعد البث أحد العوامل الحاسمة في تحديد أسلوب العرض وخصائصه في التلفاز، فالمواعيد النهائيه بالنسبه لأخبار التلفاز تكون أكثر ضغطاً وحدة بسبب بث الأخبار لحظة حدوثها فمن الطبيعي أن تنشأ مشاكل تتعلق بدقة الخبر عندما يتم إذاعته بعد حدوثه بوقت قصير، لأن تجميع الأخبار وإعداد القصة يستغرق وقتاً [3].

تمثل العلاقة بين توافر القيم الإخبارية في القصة الإخبارية والجدارة الإخبارية أحدى أهم معايير انتقاء الأخبار وتحديد موقعها في النشرة الإخبارية * المتلفزة [4]، وتزداد أهمية الخبر في النشر والإذاعة مع ازدياد عدد القيم الإخبارية التي يضمها، **ويرى كرم شلبي أن قياس أهمية الخبر يخضع لخمس محددات رئيسية هي [5]:**

1. وقع الخبر على الجمهور، أي مدى ما يحدثه من تغير واضطراب في الأوضاع القائمة، بشكل يلفت انتباه الآخرين .

---

(1) كرم شبلي . الخبر وضوابطه الإسلامية . ط2 . جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، 1998، ص147.

(2) المنصف العياري وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، مصدر سابق، ص38.

(3) جون .ر. بيترز: الإتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص353.

* يلاحظ أن هنالك اخبار تشترك في نفس القيم الإخبارية ولكنها توضع في مواضع مختلفة في نشرة الأخبار فأحدهما ربما يتصدر نشرة الأخبار فيما يوضع الثاني في منتصف النشرة أو في مؤخرتها، السبب هو أن الخبر الأول يحمل جدارة إخبارية أكبر من الثاني .

(4) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص50.

(5) كرم شلبي، الخبر الإذاعي، مصدر سابق، ص18.

2. تأثير الخبر في جمهور كبير.
3. اعتبارات الزمان والمكان، فعندما تتساوى الأخبار الداخلية والخارجية في قيمها، فأن الاهتمام بالأخبار الداخلية أو التي تكون قد حدثت في مكان قريب تحظى باهتمام أكثر من غيرها.
4. نتيجة الخبر، والمقصود بها دلالة الخبر بالنسبة لجمهور ما *.
5. تعدد " القيم الإخبارية "** التي كلما زاد عددها في الخبر كلما أصبحت فرصة إذاعته أو نشره أكبر.

وبناءً على ما سبق يمكن القول إن توافر أكبر عدد من القيم الإخبارية في خبر ما قد تمنحه الأهمية الإخبارية وهي أهمية لايمكن عدها العامل الأساس الذي تقوم عليه أهمية الخبر في النشر، بل أن ذلك يقوم على أساس قيمة ووزن كل قيمة إخبارية *** [1]، من جهة، وتوافق أو عدم تعارض المادة الخبرية مع السياسة التحريرية للقناة من جهة أخرى[2]، الأمر الذي يفسر أهتمام قناة أو مؤسسة إعلامية معينة بخبر ما أو التركيز عليه عن طريق منحه مدة زمنية أكبر وشكل تغطية أفضل****، في

---

* مع أنتشار البث الفضائي في مجالي الإرسال والإستقبال، فأن هذه النقطة تعني في مجال البث الفضائي الموجه دلالات الخبر بالنسبة للجمهور المستهدف من البث والقناة الموجهة، ويعد ذلك أهم مرتكزات العمل الإخباري في القنوات الفضائية الموجهة.

** يورد كرم شلبي، هنا مصطلح (العناصر العامة) التي يشير فيها إلى القيم الإخبارية.

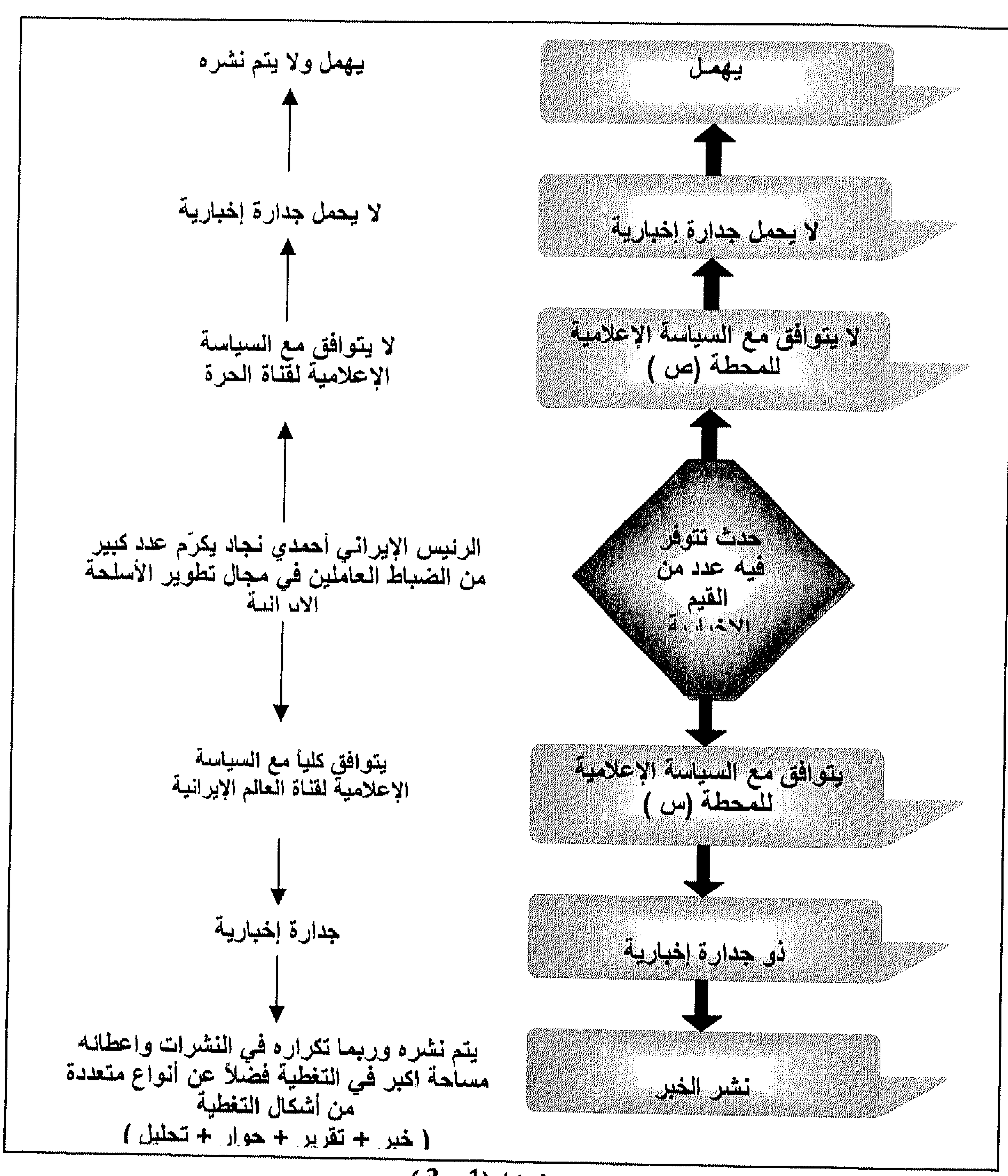
*** هنالك تفاوت في الأخبار التي تتعلق بأحداث تحمل القيمة أو القيم الإخبارية ذاتها، وعلى سبيل المثال خبران يتعلقان بقيمة الشهرة وهنا الشخص الشهير هو رئيس الولايات المتحدة الأمريكية، الخبر الأول يتعلق بتمتع الرئيس بعطلته السنوية مع عائلته في دولة أوربية، أما الخبر الثاني فهو وفاة الرئيس الأمريكي: نرى أن الخبر الثاني يحمل جدارة أكبر للنشر والأهتمام من قبل وسائل الإعلام لأنه يحمل صفة الأخبار السيئة.

(1) عبد الجواد سعيد ربيع، مصدر سابق، ص78.

(2) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص50.

**** يلاحظ أن القنوات الفضائية تركز في نشرتها الإخبارية على خبر معين بسبب جدارته الإخبارية، وتمنحه وقت أكبر من تغطيتها في النشرة وتعمل على إستضافة شخص في الأستوديو للوقوف على المزيد من الإيضاحات والمعلومات عن الخبر، كما تعمل على بث التقرير الإخباري عن الحدث نفسه، وثم إستضافة مراسل القناة بشكل مباشر للمزيد من التطورات والمعلومات الخاصة بالحدث. فيما لا يتعدى الوقت المخصص لخبر آخر يحمل نفس القيم الإخبارية لبضع ثوأني وبخبر مجرد فقط.

وقت تهمل قنوات أخرى الخبر نفسه لمجرد تقاطع مضمونه السياسي مع سياستها التحريرية ، ويمكننا القول ان وجود القيم الإخبارية في الخبر او الحدث تتفاعل مع عامل واحد او اكثر من عوامل تدعيم القيم الإخبارية لتمنح الخبر جدارة اخبارية تمنحه بدورها الاولوية بالنشر. أنظر الشكل (1- 3):



شكل (1- 3)

علاقة القيم الإخبارية بالجدارة الإخبارية *

---

* الشكل من تصميم الباحث .

ويمنح تقادم الوقت لبعض الأخبار إمكانية أزدياد جداراتها الإخبارية، وبالأخص الأخبار التي تتصف بالاستمرارية، أو الأخبار التي تتضمن تطورات وتداعيات تجعل منها مثار أهتمام وسائل الإعلام والجمهور، ونستنتج مما سبق أن القيم الإخبارية التي تضمها الأحداث تزداد عدداً مع المعالجة الإخبارية للحدث، (أنظر المثال الموضح بالشكل (2 - 3) والذي يوضح أزدياد عدد القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر مع تقادمه ومعالجته) .

شكل (2- 3) تغير القيم الإخبارية مع مراحل نشر الخبر*

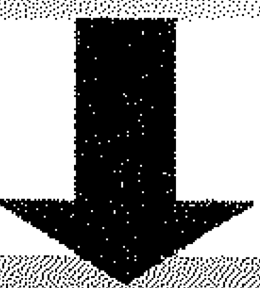
* الشكل من تصميم الباحث .

وبناءً على ما سبق يمكن القول:

1. إن عملية إنتقاء الأخبار ووضعها على نشرة الأخبار في أية قناة فضائية لا تعتمد على القيم الإخبارية الواردة في الخبر بل تعتمد على (الجدارة الإخبارية) للحدث التي تأتي بدورها نتيجة تفاعل القيم الإخبارية الواردة في الحدث والعوامل التي تسهم في تدعيم القيم الإخبارية، الأمر الذي يفسر أهمال القنوات والمؤسسات الإعلامية أخباراً معينة وتركيزها على أخبار أخرى، ولعل هذا الأمر يختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى ومن نظام إعلامي إلى آخر ومن نظام سياسي إلى آخر ومن شكل ملكية لمؤسسة إعلامية إلى شكل ملكية آخر .
2. إن الجدارة الإخبارية لا تسهم فقط في عملية انتقاء الأخبار بل تساعد أيضاً في وضع تسلسل الخبر ضمن النشرة الإخبارية، فضلاً عن شكل التغطية الإخبارية ومساحتها الزمنية .
3. تمنح المعالجة الإخبارية لأي حدث، تمنحه صدارة إخبارية أكبر إذ تتعدد القيم الإخبارية للخبر مع مراحل معالجته. (أنظر الشكل 3- 3)

الحدث

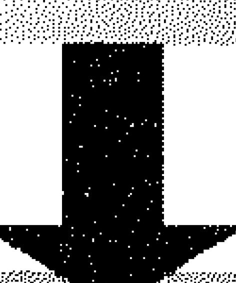
" توقيع أتفاقية دولية لمنع أستخدام الألغام الأرضية "



المعالجة

تحدد المعالجة نوع التغطية ← تقرير ميداني يتضمن:

1. معلومات عن الأتفاقية وتوقيعها .
2. لقاءات مع متضررين من الألغام الأرضية (معوقين) .
3. لقاء مع رئيس البرلمان أو وزيرة البيئة حول الأتفاقية وأهميتها .



بعد أنتهاء المعالجة يحتوي التقرير على القيم الإخبارية الآتية:

1. الجدة .
2. الأهمية .
3. الصراع .
4. الإهتمامات الإنسانية .
5. الشهرة .

شكل (3- 3)

دور القيم الإخبارية في المعالجة الخبرية *

* الشكل من تصميم الباحث

ثانياً- وظائف القيم الإخبارية :

للقيم الإخبارية وظائفها يمكن الإشارة إلى بعضها فيما يأتي [1]:

1. إنها تساعد على إنتقاء الأخبار وفرزها وتحديد الصالح منها للنشر وأولوياتها .
2. إنها تساعد على تحديد طبيعة التغطية الإخبارية وحجمها ومستواها ، أونوع قالب التحرير الإخباري المناسب لها .
3. إنها تمنح المؤسسة الإعلامية سماتها من حيث فورية التغطية أو مستوى ما تتناوله من موضوعات، فيقال إنَّ محطة ما سباقة في الحصول على الأخبار.
4. توافر امكانية الإطلاع على الإتجاهات الإعلامية التي يتم التركيز عليها في زمان أو مكان من قبل هذه المؤسسة الإعلامية أو تلك وهو ما تتم ملاحظته ورصده بوساطة البحوث العلمية التي تعكس معطيات إجتماعية أو سياسية أو إقتصادية مهيمنة في ذلك الوقت .
5. إنها تفرض أحياناً نوع الوسيلة الإتصالية، كما يحدث مثلاً في التغطية الإخبارية لحوادث تحتاج إلى وثيقة صورية قد لا تتوافر إلا في التلفاز أو حوادث أخرى لا تتأكد إلا عن طريق النشر الحرفي لوثيقة ما على صدر الصفحة الأولى لإحدى الصحف .

ويختلف الباحث مع جون هارتلي الذي يقول " **مع أن القيم الإخبارية حاسمة في عملية الأختيار المثالي للأحداث، فأنها لا تؤدي الا دوراً عادياً في عملية تحويلها إلى قصص إخبارية** " [2]، إذ يرى الباحث أن القيم الإخبارية تؤدي دوراً في مجال تحرير الأخبار ومعالجتها ، فبإمكان محرر المادة الإخبارية إبراز قيم معينة في الخبر على حساب قيم أخرى، ومنْ ثمَّ فأن الخبر قد يحتوي في نهاية الأمر قيماً أكثر من القيم الأصلية للحدث . أنظر الشكل (3 - 3) * دور القيم الإخبارية في المعالجة

(1) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص49.

(2) عبد الحليم موسى يعقوب، مصدر سابق، ص3.

* الشكل من فكرة وتصميم الباحث .

الخبرية . ونستنتج مما سبق أن المعالجة الإخبارية لاي حدث تسهم في زيادة القيم الإخبارية التي يحتويها الخبر عند النشر .

ثالثاً- القيمة الإخبارية المرئية في التلفاز:

مع التطورات التي شهدتها تقانة الصورة " أضحى الحدث الهام والثري لا يقاس بقيمته الإخبارية وبانعكاساته على الجمهور، بل يقاس ... بثراء صوره " [1]، ولعل القيم الإخبارية أضحت متجسدة في الصور الفيلمية المرافقة للخبر، ويتضح الفرق بين خبر مضمونه كارثة إنسانية في إحدى الدول يُصحب بخريطة لتلك الدولة، ونفس الخبر مصحوباً بصور فيديو حديثة عن الأضرار التي سببتها تلك الكارثة الإنسانية، كما تختلف المادة الخبرية عند قراءتها إذا كانت الصور التي تُبث معها مباشرة أو مسجلة، اي أن الصور المرافقة لأي خبر تعزز القيم الموجودة فيه.

وتكتسب الصورة الخبرية في التلفاز أهمية كبيرة اذ عملت الصورة المتحركة والصوت المثير في جهاز الإرسال التلفازي على احداث تاثير في نظام الاتصال وتحويله من الفردية الى الاندماجية عن طريق المشاركة الحسية والبصرية بدل الاعتماد على حاسة واحدة[2]، فالصورة الخبرية التي اضحت تعد مصدراً جديداً لسلطات الإعلام العصرية، تقوم بعكس كل الأحداث التي لا تتطلب عرضا مفصلا اكثر في ضوء فلم مختصر وبطريقة معبرة، يعتمد عليها إعداد البرنامج التلفازي، فبدون الصورة يصبح التلفاز كالإذاعة المسموعة[3]، كما وتمنح الصورة التلفازية الحدث وثوقا وإقناعا وتأثيرا فهي تروي الخبر بطريقة دراميه ومعه تحرك الاهتمام وحب الاستطلاع لدى المشاهدين، كما تخلق لديهم انطباعات تجعلهم اكثر تقبلا للقصة

---

(1) نصر الدين العياضي . الأخراج التلفزيوني للأخبار في القنوات التلفزيونية العربية: التفاوت بين الشكل والمضمون . الإذاعات العربية . مجلة . العدد (1) . تونس: أتحاد إذاعات الدولة العربية، 2001، ص 39

(2) عبد الله الطويرقي . صحافة المجتمع الجماهيري: سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير. الرياض: مكتبة العبيكان، 1997، ص64 .

(3) احمد مظهر عقبات . التعبير الصوري في البرنامج التلفزيوني . الاذاعات العربية . مجلة . العدد (4) . تونس: اتحاد اذاعات الدول العربية، ص87 .

الخبرية وذلك عندما تُقدم الدليل في ضوء الشريط الصوري الذي يروي الحدث ومراحله وتفاصيله وشخوصه ومواقعه الحقيقية[1]، وأصبحت الصورة مرتبطة الان بكل جوانب الحياة الإنسانية، فالإعلام التلفازي يعد الصورة أساساً في تشكيل وعي الناس تجاه العديد من القضايا والاحداث.

وتُعرف القيم الإخبارية المرئية بأنها " **العوامل التي تجعل المشاهد مشاركاً في الحدث من خلال التغطية الإخبارية الفورية التي يقدمها التلفاز، لا أن يتم نقلها له عن طريق وسيط** " [2].

ويمكننا تعريف القيم الإخبارية المرئية بوصفها " **كل العوامل المرئية التي تظهر على شاشة التلفاز سواء كانت متحركة كالفيلم المصاحب للخبر أو غير المتحركة كالصور الشخصية والخرائط والحروف الطباعية الظاهرة على شاشة التلفاز، التي تستخدم لتعزيز القيم الإخبارية المتضمنة في الخبر، أو لتدلل عليها وتتفاوت القيم الإخبارية المرئية في دعمها أو دلالتها للخبر** ".

فعلى سبيل المثال ورود خبر عن إطلاق قوات الأمن اليمنية النار على المتظاهرين المطالبين بتنحي الرئيس اليمني علي عبد الله صالح عن السلطة، يختلف لو أُذيع كخبر مقروء فقط، عما هو عليه لو بُثت صور متحركة (فيديو) لضحايا إطلاق النار ضد المدنيين.

ويُعد البعض الصورة، رسالة إتصالية بذاتها ولغة عالمية تفهمها كل الشعوب[3]. فالصور المرافقة للخبر تساعد في استيعاب المشاهدين للأخبار وفهم محتواها كما تجعلها مثيرة للأهتمام، وقد أثبتت الدراسات الميدانية أن المادة الإخبارية المصورة في التلفاز تجعل النشرات الإخبارية أكثر فهماً، وبهذا الخصوص تؤكد إحدى الدراسات الميدانية أن (90.3٪) ممن تابعوا نشرات الأخبار التلفازية

(1) كورتيس ماكدوغال، مصدر سابق، 2006، ص17.

(2) ثامر مهدي . الأخبار والبرامج الإخبارية . البحوث .، مجلة . العدد (25) . بغداد: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، نيسان 1989، ص122 .

(3) محمود أدهم . الصورة الصحفية وسيلة إتصال . القاهرة: دار الكتاب، 1987، ص103 .

أكدوا دور التلفاز في توضيح الأخبار والوقائع بصورة افضل، وبالأخص أخبار الحروب والكوارث والاغتيالات والانفجارات والاضطرابات والتظاهرات [1]، وما سبق ذكره جعل من المادة الفيلمية (Vedio) عنصراً للتفوق الإخباري في أية محطة فضائية، ولذلك يهتم رؤساء تحرير الأخبار في التلفاز بالمادة الصورية كونها تحكم عملهم إلى حد كبير [2].

وتمثل المادة الصورية المعيار الأساس لانتقاء أخبار التلفاز، إذ أَضافت الصورة بُعداً جديداً للتغطية الإخبارية، فبعض الأخبار لاتصلح للنشر في التلفاز بسبب عدم وجود الصور التلفازية المرافقة لها، مع أنها تُعد من الأخبار البالغة الأهمية في الإذاعة أو الصحافة في الوقت نفسهِ. ولذلك فأن وجود عدد من القيم الإخبارية في الخبر قد لا نضعه ذا فائدة في التلفاز، ان لم يقترن بالصور أو القيم الإخبارية المرئية [3]، فقيمة الصراع على سبيل المثال لا يمكن أن يكون الأساس لنشر خبر عن تدمير أحد الجيوش مئة دبابة تابعة لجيش دولة أخرى مالم تكن هنالك صوراً توضح الدبابات المدمرة وطبيعة الصراع الدائر.

ويمكن القول أن العناصر المرئية تُعد ذات أهمية في تقويم الخبر التلفازي عنه في أية وسيلة إعلامية أخرى [4].

ويؤكد عبد الجواد سعيد ربيع ذلك بالقول " يجب أن يتصف مضمون الصورة الخبرية بإبراز صفات الخبر أو القيم الخبرية المتعارف عليها وأن تتفق (أي الصورة) وطبيعة الحدث " [5]، فالصورة المرافقة للخبر تجسد القيم الإخبارية التي يتضمنها الحدث أو الخبر، فالصورة قد تعزز تلك القيم الإخبارية، كما يمكن أن

---

(1) محمد معوض. رؤية علمية لتطوير الخدمة الإخبارية بالفضائية الأولى المصرية. الفضائيات العربية ومتغيرات العصر. أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص194.

(2) محمد معوض. مدخل إلى قنوات العمل التلفزيوني. القاهرة: دار الفكر العربي، 1986، ص132.

(3) محمد معوض. أخبار التلفزيون. الرياض: جهاز تلفزيون الخليج، 1999، ص63- 64.

(4) محمد العمر وإبراهيم زعير، مصدر سابق، ص173.

(5) عبد الجواد سعيد ربيع، مصدر سابق، ص99.

تكون قيمة إخبارية بذاتها ، فصورة الشخص الذي يلقي بزجاجة حارقة " مولوتوف " على شخص آخر لتشتعل به النار كانت إحدى الصور التي تم عرضها بدون تعليق في العديد من القنوات الفضائية بعد أن تم تحميلها على موقعي " يوتيوب " و " الفيسبوك " فكانت المشاهد المصورة التي تدلل على العنف خبراً قائماً بذاته فالمَشاهد المصورة أكدت ارتباط القيمة المرئية بقيم أخرى كالاستمرارية كونه خبراً مرتبطاً بأحد الأخبار الجارية آنذاك، والجدة لأن الصور تبث لأول مرة، فضلاً عن الاهتمامات الإنسانية كون صورة الشخص الذي احترق وهو يركض للنجاة من النار تثير المشاعر الإنسانية .

وهناك ثلاثة أنواع من الصور التي تصاحب الأخبار في النشرة الإخبارية [1]:

1. **الصورة الشاهدة:** التي تحتفظ بآثار ما وقع أو حدث وتمثل قرائن مثل صور قطار انحرف عن السكة أو صور التظاهرات، فهذه الصور تقدم من قبل الصحفيين كدلائل أو أدلة للواقع، فكل صورة تحول المشاهد إلى شاهد عيان، ومن بين الصور الشاهدة اللفظية التي تتمثل في الصوت الخلفي، تقديم شهادة من الشخص أو الأشخاص الذين يقدمون على أنهم كانوا حاضرين لحظة وقوع الحدث .
2. **صور الأرشيف:** تؤدي هذه الصورة دور الأيكونة والإيحاء، فالحديث عن البنوك تقدم صور مبكرة للبنك المركزي، ويعاب عليها أحياناً الاستعانة بصور الأرشيف وربطها بالحدث الآتي يؤدي إلى تمييع الصورة لأنها تنزع من سياقها الزمني . كما يمكن في بعض الاحيان أن تمثل الصورة الارشيفية قيمة مرئية بحد ذاتها إذ ترتبط الصورة الارشيفية بقيمة الشهرة المكانية أو الزمانية وأبرز مثال على ذلك الصور الخاصة بأحداث 11 ايلول /سبتمبر إذا كان الخبر يتعلق بتلك الاحداث وكذلك كارثة التسونامي التي ضربت اليابان عام 2011م او التي ضربت اندونيسيا عام 2004م .

---

(1) عبد الوهاب بوخنوفة . النشرة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية . الإذاعات العربية . مجلة . العدد (3) . تونس: اتحاد اذاعات الدول العربية، 2006، ص 154 .

3. **الصور الرمزية:** الصورة التي تكمن الغاية من وجودها في قدرتها على الكناية، أن التعليق يقوم بفصل الصورة عن الواقع ومنحها قيمة رمزية، ولعل هذا النوع من الصور، أخذ بالتكاثر ولاسيما بعد التظاهرات التي اجتاحت عدداً من الدول العربية، فكان للجمهور الدور الكبير في تصوير مثل هذه الصور وبثها على مواقع الفيسبوك والتويتر واليوتيوب أو تحميلها على مواقع القنوات الفضائية التي تبثها دون تعليق.

وتؤكد إحدى الدراسات أن القيم الإخبارية المرئية في التلفاز تمتاز بعدد من الخصائص هي [1]:

أ. **المشاركة:** إذ تمنح الصور المرافقة للخبر الجمهور إحساساً بالمشاركة في الحدث، فالقيم المرئية في التلفاز تُعد من أهم وسائل الإثارة والتشويق في الرسالة الإعلامية، إذ تزيد كل من الحركة واللون والصورة والضوء في المشهد الإخباري التفازي من إحساس المشاهد بالمشاركة وكأنه يعيش بنفسه لحظات الذروة في الحدث، الذي يتصاعد درامياً، بفضل ما تنطوي عليه القصة الإخبارية من عناصر روائية مشوقة [2]، فالخبر التلفازي المصور يجعل المشاهد مشاركاً في الأحداث يشاهد لحظات الذروة فيها بنفسه وليست منقولة إليه عن طريق شخص ثالث [3].

ب. **التوثيق والمصداقية:** إذ تعطي الصور الفيلمية المرافقة للخبر مصداقية لمضمونه، كما تمنح المشاهد فرصة توثيق لحظات وقوع الحدث، " فخصوصية الصورة تكمن في كونها تقيم علاقة مع الواقع أو العالم الواقعي أو المتصور " [4].

---

(1) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص79- 82 .

(2) عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، مصدر سابق ، ص 133 .

(3) سعد لبيب . دراسات في العمل التلفزيوني العربي . بغداد: مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، 1984، ص 86 .

(4) نصر الدين العياضي . الصورة في وسائل الإعلام العربية بين البصر والبصيرة . الإذاعات العربية . مجلة . العدد (1) . تونس: أتحاد إذاعات الدول العربية، 2006، ص 75 .

ج. **البناء الدرامي:** تسهم الصور المرافقة للخبر في شد المشاهد، فهناك صور تعتمد التصاعد الدرامي المعروف، أي بداية الحدث ثم تصاعده فذروته، كما ان هنالك صوراً تراكمية للأحداث التي تشهد تصاعداً درامياً مثل الصور التي تظهر الاحتجاجات ثم المواجهات ومن ثم نهاية الثورة، وتقترن القيم الإخبارية في التلفاز بالصورة التلفازية، التي تمنح الخبر جدارة إخبارية ومصداقية *، ولعل الصورة تكون عامل جذب انتباه الجمهور للرسالة الإعلامية إلى جانب القيم الإخبارية [1]، فالصورة شريك في العمل الإخباري لأنها والكلمة يتناوبان في نقل الأخبار والمعلومات والحقائق والأحاسيس والانطباعات [2].

د. **الأستجابة العاطفية:** يتميز التلفاز عن وسائل الإعلام الأُخرى بتوضيف الصورة الحية والمتحركة التي تحمل معاني ودلالات الإلفة والحميمية، والاختصار في شرح الأحداث، مما جعل لهذه الوسيلة الإعلامية علاقة قوية ومباشرة مع الجمهور [3]، ويرى أحد الباحثين أن الصورة التلفازية تعني " وصول معنى الحدث مباشرة إلى عقل المشاهد ووجدانه، ولذلك ينفرد الخبر التلفازي بخاصية فريدة هي تكوين الموقف العاطفي " [4] وبذلك تكون الصورة الحية قد أضافت للخبر قيمة لا تتوافر مع الصحف والإذاعات،

---

* أثارت الصور التلفازية التي بثتها وسائل إعلام مرئية امريكية لرجال شرطة يضربون شخصاً ذو بشرة سوداء عاصفة من الأستياء بين ذوي البشرة السوداء في الولايات المتحدة الأمريكية، وادت الى احداث عنف وشغب عاشتها مدينة لوس أنجلس الأمريكية عام 1991، ولعل خبراً يتحدث عن ضرب رجال الشرطة البيض لمواطن " أسود" لا يأخذ هذه المكانة لدى الزنوج لو كان خبراً صحفياً غير مصور أو خبراً إذاعياً. (الباحث)

(1) جون ر. بيترز، الإتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص 358 .

(2) عبد الوهاب بو خنوفة، مصدر سابق، ص 155 .

(3) صابر حسن محمد عمر، مصدر سابق، ص 2 .

(4) كرم شلبي، الخبر الإذاعي، مصدر سابق، ص 77 .

فالصور الفورية للأحداث ولا سيما تلك التي تحمل أبعاداً أنسانية تجعل المشاهد يتعاطف معها .

وتجلب الصورة اهتمام المشاهد بالخبر بسبب قيمة الصورة سواء كانت الشهرة أيْ: أن الصور الظاهرة لشخص ذي شهرة أو لكارثة، وعليه يمكن تصور خبر كارثة تسوناي فوكوشيما في اليابان لو لم تكن أخبار الكارثة مصحوبة بصور عن حجم الدمار والضحايا التي خلقتها الكارثة، ولعل أهمية الصورة التلفازية لدى الجمهور، وثقت في الدراسة التي أجريت عام 2005 م على عينة من مشاهدي قناة (BBC) في المملكة المتحدة، وأثبتت هذه الدراسة أن التلفاز يُعد المصدر الرئيس للأخبار لدى (80٪) من أفراد العينة المبحوثة [1]، ولذلك نرى أن الرأي العام يتأثر في العادة بخطب الرؤساء والزعماء ولا يكون التاثير بمضمون الخطب فقط، بل أن الصور تكون مؤثرة وذات معنى، ولعل الصور التي أظهرت الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش حزيناً عقب أحداث 11 ايلول / سبتمبر عام 2001م كانت تستهدف الرأي العام الأمريكي وإقناعه بضربة عسكرية تقوم بها الولايات المتحدة الأمريكية إلى من يعتقد أنهم مسؤولون عن الأحداث [2] . وفي هذا المجال نرى أن القنوات الفضائية الموجهة تؤدي دوراً مهماً في شرح الأحداث عن طريق الصور التي تبثها وليس على أساس المعلومات ومحتوى الأخبار فقط . ويمكن لصور عن الحياة في أمريكا أن تؤدي دورها بشكل كبير وتقنع المشاهد بأن الولايات المتحدة تحترم الأديان الأخرى، فهذه الصور التي تبث يكون وقعها أكثر من صفحة كاملة من النصوص التي يلقها المراسلون .

---

(1) Barrie Gunter , Trust in the News on Television , 2005 .
http:\\www.emeraldinsight.com\researchregister.

(2) محمد شطاح . الأخبار في التلفزيون: نحو إعلام أستعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية . الإذاعات العربية . مجلة . العدد (4) . تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006، ص 150 .

رابعاً- تدويل القيم الإخبارية في العالم:

ميزت الأدبيات الإعلامية خلال العقود السابقة بين قيم الأخبار في ثلاثة عوالم تمثل فلسفات مختلفة، هي العالم الأول الذي تَمَثّلَ آنذاك ببلدان الغرب الصناعي (البلدان الرأسمالية)، والعالم الثاني الذي تمثل في الأنظمة الاشتراكية وعلى رأسها الأتحاد السوفيتي السابق والأنظمة الاشتراكية المتحالفة معه، أما العالم الثالث فتمثل بما أصطلح عليه آنذاك بالدول النامية على اختلاف أنظمتها الآيديولوجية وهو ما أشرته لجنة (ماكبرايد) الدولية في تقريرها الذي أصدرته منظمة اليونسكو عام 1980م، إذ ذكر التقرير أن الأنباء التي تنشر تعكس واقع وقيم المجتمع الذي تنشر فيه، وليس قيم وواقع المجتمع الذي صدرت عنه، وبذلك فأن سيطرة القيم الغربية على الأخبار التي تبثها وكالات أنبائها الكبرى إلى الدول النامية تعكس نوعاً من التغريب فيها وعدم الأهتمام بقضاياها الوطنية والتنموية. وأشارت لجنة (ماكبرايد) إلى أن الخلاف حول تحديد القيم الإخبارية والخلط الحاصل بين عناصر الخبر (News Element) والقيم الإخبارية (News Values)، يعود إلى تحديد ما هية الخبر[1] فالقيم الإخبارية أمكن حصرها من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف وتذيعها محطات الراديو والتلفاز، إلا أن الأتفاق على عدد هذه القيم يبقى محالاً حتى الآن، وربما يرجع الخلاف إلى عوامل آيديولوجية، فنظرة الكتاب اللبراليين إلى القيم الإخبارية تختلف عن نظرة الكتاب الاشتراكيين، كما أن الأمر يختلف بين الكتاب الذين ينتمون إلى الدول المتقدمة وبين أقرانهم في الدول النامية[2]، ويمكن القول إن ما اكدته لجنة (ماكبرايد) الذي يعود الى بداية العقد الثامن من القرن العشرين مازال قائما على ارض الواقع، فوسائل الاعلام في معظم دول الجنوب تتبنى قيماً إخبارية تكاد تتشابه فيما بينها في إطار معالجتها للأحداث مع الأخذ بنظر الأعتبار تأثر التغطية الفعلية للأحداث في المجتمعات العربية بالمفاهيم الغربية للقيم الإخبارية أو التي يمكن أن نطلق عليها

---

(1) عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية، مصدر سابق، ص 133 .

(2) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص 114 .

العالم المتقدم أو دول الشمال [1]، وهي مفاهيم تكونت نتيجة لعوامل سياسية وإجتماعية وإقتصادية عالمية ومحلية، فتلك القيم الإخبارية تبلورت بعد تراكم لعدد من السنوات لتصبح واضحة المعالم على الرغم من اختلافها من دولة الى اخرى، بل أحياناً يكون الأختلاف فيها في الدولة الواحدة [2].

وقد تعرضت لجنة (ماكبرايد) لموضوع المعايير المهنية والقيم الإخبارية لصلته الوثيقة بأختلال التوازن الإعلامي، وقد لاحظ تقرير اللجنة أن الأختلال في توزيع الأخبار ظاهرة معقدة ومتشعبة، فقد يكون الأختلال في الحكم أي في عدد الأخبار المتداولة، أو في الكيف عندما تتجه هذه الأخبار إتجاهاً منحازاً وغير موضوعي، يحدث على مستويات مختلفة، **ويتخذ أشكالاً مختلفة:**

1. بين البلاد المتقدمة والبلاد النامية .
2. بين البلاد ذات النظم السياسية والإقتصادية والإجتماعية المختلفة .
3. بين الدول الكبرى والدول الصغرى المتقدمة، المنتمية إلى النظام السياسي نفسه.
4. بين بلدان العالم الثالث ذاتها .
5. بين الأخبار السياسية والأخبار المتعلقة بالحياة الإجتماعية والإقتصادية والثقافية.

ويؤكد أحد الباحثين [3] أن منظومة القيم الإخبارية الغربية هي التي تشكل عملية تدفق الأنباء في العالم كله، إذ اكتسبت هذه القيم الإخبارية نوعاً من الفراسة التي لا تستحقها، بسبب الخلل في تدفق الأخبار . وترى أخبار العالم الغربي التي تنطلق من مفاهيم النظرية اللبرالية أنه من الضروري أن يكون لوسائل الإعلام قاعدة كبيرة من الحرية كي تساعد الناس على الوصول إلى الحقائق المتعلقة بالأحداث[4] .

إنّ متابعة الأخبار في وسائل الإعلام الغربية تؤشر تطابقاً في طريقة التناول وتغطية الأحداث مما يمكن تفسيره على أن الصحفيين المحترفين في الغرب ينتمون إلى ثقافة موحدة ويشتركون في مفاهيمها الفلسفية ومصداق ذلك ما توصلت اليه احدى الدراسات من وجود

(1) عبد الجواد سعيد ربيع، مصدر سابق، ص68 .

(2) عبد الحليم موسى يعقوب، مصدر سابق، ص49 .

(3) عبد الجواد سعيد ربيع، مصدر سابق، ص78 .

(4) وريدة علي ملياني، مصدر سابق، ص75 .

تشابه بين صحيفة الغارديان (The Guardian) البريطانية ونيويورك تايمز الأمريكية (New York Times) في تغطية الأحداث الدولية ولاسيما أحداث العنف [1] .

واتجهت القيم الإخبارية الغربية نحو الهيمنة على باقي العوالم، وفق قاعدة راموني (Ramonet)التي ترى أن الخبر أو نشرة الأخبار هي خليط من الجنس والموت والنكتة والطرافة [2]، فضلاً عن تركيز الخبر في المجتمعات الغربية الرأسمالية على (الصفوة) أو (الشهرة) التي تهتم بالأحداث التي ترتبط بالشخصيات البارزة والفاعلية [3] .

وبقدر ما يتمتع به الصحفي من حرية في اختيار الأخبار في الغرب أو العالم الأول، فأن هناك قدراً كبيراً أيضاً من ترسيخ الأنماط المؤسساتية في التعامل الإخباري . فقد وجد أحد الباحثين أن خمس عشرة إذاعة في نيويورك قامت بتغطية خطاب للرئيس الأمريكي الأسبق جون كندي بالطريقة نفسها، بل بشكل متطابق وهذا يدل على دور القيم الإخبارية في تحديد الإطار العام للتغطيات الإخبارية، وفي دراسة أخرى قام بها باحثون بريطانيون عام 1968م عن تظاهرة معادية للحرب الفيتنامية جرت في لندن . وعلى الرغم من الفروق العقائدية والنوعية لوسائل الإعلام، فقد جاءت التغطية الإخبارية لهذه التظاهر متشابهة . وهذا ما يؤيد الرأي القائل بأن بعض المعايير المعتمدة في اختيار وعرض الخبر، هي معايير تشترك في اعتمادها كل وسائل الإعلام في ثقافة معينة، بل كل وسائل الإعلام في العالم [4] .

فالقيم الإخبارية في زمن العولمة تتجه نحو التوحد ونحو تقليد النموذج الأمريكي في مجال المعالجة الإخبارية، وفي مجال إنتقاء الأخبار، حتى وإن كان يتنافى مع قيم المجتمعات الأخرى وفي مقدمتها الدول العربية بشكل خاص أو المجتمعات الشرقية بشكل عام [5] .

---

(1) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص 58 .

(2) Marlene Colomb Gully , Les in Formations Televisees , ed , Paris , PUF , 1995 , P.95.

نقلاً عن: محمد شطاح، ، مصدر سابق، ص 147.

(3) جاك لول . القيم الاخبارية في العوالم الثلاثة . في البرت ل. هسترو أي. لان. جي تو . دليل الصحفي في العالم الثالث . ترجمة كمال عبد الرؤوف . القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988، ص 67 .

(4) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص 58 .

(5) محمد شطاح، ، مصدر سابق، ص 148 .

لقد أصبح للقيم الغربية للأخبار تداولاً على مستوى العالم بشكل شبه كامل، ويرجع أحد الباحثين أسباب ذلك إلى الصراع الطويل بين دول العوالم الثلاثة حول مفهوم القيم الإخبارية، التي ترتبط بقضية تدفق المعلومات حول العالم، فضلاً عن الأحداث السياسية الدولية الكبرى مثل أنهيار الأتحاد السوفيتي السابق، وكذلك الطفرة التكنولوجية التي شهدها العالم [1] .

كما تعزى أسباب سيطرة منظومة القيم الإخبارية الغربية على مستوى العالم كله إلى قلة الدراسات النقدية لهذه القيم الإخبارية، إذ لوحظ أن معظم الدراسات التي تناولت موضوع القيم الإخبارية بقيت في الأطار التوصيفي، فضلاً عن تدريس هذه القيم في الجامعات العالمية ويتدرب عليها صحفيو وإعلاميو دول الجنوب، كما أن هنالك عاملاً أدى إلى شيوع منظومة القيم الإخبارية الغربية، وهو وكالات الأنباء المسيطرة على تدفق الأخبار حول العالم وهي كآلات تابعة لدول الشمال، عملت على تشابه المضمون الإخباري بما يقدم على مستوى العالم كله واسهمت في تشكيل الأجندة الإخبارية لوسائل الإعلام [2] .

ويرى الباحث أن هناك عدداً من العوامل التي ساعدت على تدويل القيم الإخبارية الغربية، وهذه العوامل هي:

1. إنحسار القيم الإخبارية التي كانت سائدة فيما يسمى بالعالم الثاني بعد تفكك الإتحاد السوفيتي، وهو أمر أدى إلى سيادة المفهوم الغربي اللبرالي للخبر.
2. تحطم الحواجز أمام البث التلفازي، فالبث الفضائي أضحى متاحاً بشكل كبير، وهو أمر أدى إلى شيوع ظاهرة الرسائل الإعلامية الدولية، فحتى المحطات الفضائية المحلية التي تبث إرسالها على القمر الصناعي أضحت تفضل المعايير الدولية واللبرالية للخبر، باستثناء القنوات الفضائية الرسمية التابعة للحكومات أو الدول أو الأحزاب الحاكمة في عدد من الدول العربية وهي قنوات أصبحت قليلة إذا ما قورنت بالقنوات الخاصة .
3. إنتشار الإعلام التجاري الذي يعتمد على الإعلان والإنتاج لتحقيق الأرباح .

---

(1) صابر حسن محمد عمر، مصدر سابق، ص 17 .

(2) سليمان صالح . الإعلام الدولي . الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص146- 147 .

المبحث الثالث

تصنيف القيم الإخبارية

اولاً- القيم الإخبارية في الأدبيات العربية والأجنبية:

يمكن التمييز بين قيم الأخبار السائدة في المجتمعات المختلفة عن طريق التعرف على طبيعة المحتوى الأخباري المتدفق عبر وسائل إعلامها [1]، وفيما يُعّد مفهوم القيم الإخبارية أحد المرتكزات الأساسية في تحديد أهمية الأخبار التي تستحق الإذاعة أو النشر وتحكم على مدى صلاحيتها في ذلك. فإن الباحثين اختلفوا في تحديد عدد وماهية القيم التي يتم بموجبها تحديد أهمية الخبر وصلاحيته للنشر، **ويعود أختلاف وجهات النظر الأكاديمية بشأن موضوع وعدد القيم الإخبارية إلى الأسباب الآتية** [2]:

1. تعدد تعريفات الخبر بتعدد المذاهب الإعلامية .
2. تعدد النظم الإعلامية وفلسفتها بخصوص الإعلام ووظائفه .
3. تطور الحاجات الإعلامية للجماهير .
4. تطور وسائل وتكنولوجيا الإتصال وتأثيراتها على وسائل الإعلام فيما يتعلق بجمع المعلومات ومعالجتها وتوزيعها .
5. تعدد أشكال الممارسة الإعلامية .
6. تعقد الظواهر الإعلامية وتنوع الأحداث والوقائع بتعقد الحياة الاجتماعية .

(1) حسن عماد مكاوي . الأخبار في الراديو والتلفزيون . القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 2005، ص253 .

(2) محمد شطاح، مصدر سابق، ص ص145- 146 .

ويبدو أن الخلاف لا يقتصر على عدد وماهية القيم الإخبارية، بل امتد إلى تباينها وعدم تباينها بين مجتمعٍ وآخر ومؤسسةٍ إعلامية وأخرى، وفي هذا المجال هنالك اتجاهان:

الأول: يرى أن معايير انتقاء الأخبار نسبية، تختلف من صحف بلد إلى صحف بلدٍ آخر، وقد تختلف بالنسبة لصحف البلد الواحد من صحيفة لأخرى، كما قد تختلف بالنسبة للصحيفة الواحدة من وقت لآخر، وفي ظل عهد وآخر، وتحت رئاسة تحرير شخص وآخر، وهذا الإتجاه يرى أن معايير انتقاء الأخبار لا تعرف الجمود أو الثبات على وتيرةٍ واحدة [1]، ويتفق مع هذا الرأي هاشم حسن الذي يؤكد " أن القيم الإخبارية ... غير متجانسة وخاضعة لاشتراطات المراحل السياسية والإقتصادية لكل بلد، وتكاد تكون هذه الخاصية سمة عامة للقيم الإخبارية في البلدان النامية " [2].

أما الأتجاه الثاني: فيرى أن ثمة تشابه موجود في القيم الإخبارية التي تسود المجتمعات المتجانسة التي تميل إلى اتجاهات سياسية وإقتصادية وثقافية واحدة [3]، ويتفق الباحث مع الرأي الثاني، إذ يرى أن القيم الإخبارية وفق الرأي الأول تبقى ثابتة إلى حد ما إلاّ أن هناك تغيراً في السياسة التحريرية أو السياسة الإعلامية العامة للبلد، ربما يقود إلى استخدام ذات القيم ولكن باتجاه مغاير *، كما أن العديد من القيم يسجل لها الثبات كالجدة والفورية والصراع والكوارث فضلاً عن الغرابة والطرفة .

وتمتد خلفية النقاش حول القيم الإخبارية إلى القرن السابع عشر عندما دعا كريستيان وايز (Christian Wise) عام 1676م إلى ضرورة الفصل بين ما هو

---

(1) محمود أدهم، فن الخبر، مصدر سابق، ص532 .

(2) هاشم حسن، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص100 .

(3) حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص253 .

* مثال ذلك أن اعتماد قيمة الشهرة تبقى ثابتة في حال تعامل صحف معينة مع أخبار المشاهير من رجال السياسة ممن تحاول الصحيفة الترويج لهم أو يقعون ضمن سياستها التحريرية بشكل إيجابي، فيما تمتنع عن نشر الأخبار المتعلقة بشخصيات مشهورة أخرى تتقاطع مع سياستها تحريرياً وهو ما يدلل ثبات قيمة الشهرة .

حقيقي وما هو زائف في عملية إنتقاء الأخبار، فيما أكد ايراختن هارتاك (Erachten Hardtack) عام 1688م على واقعية الحدث وأثره في حياة الناس، وفي عام 1690م قدم توبيا بويسر (Tobia Pwuser) بحثاً أكاديمياً عن الصحف في ألمانيا أشار في نتائجه إلى أن الأحداث التي تستحق الذكر والمعرفة يجب أن يتم اختيارها للنشر، وذكر أن من بين الأشياء ذات الجدارة الإخبارية الأعمال الرائعة والغريبة والفيضانات والكوارث والعواصف المدمرة والمخترعات والمكتشفات الجديدة فضلاً عن التحولات الكبرى في المجتمعات وعمليات السلام والحروب وتفسير الحكومات وأخبار الأسماء الكبيرة والأعمال الجديرة بالتغطية الإخبارية خطا الألماني كاسبر ستيلر (Casper Stiller) عام 1695م خطوة متقدمة في بحث القيم الإخبارية مؤكداً أن على كتاب الأخبار التمييز بين ما هو مهم وما هو تافه، **وذكر على وجه التحديد القيم الإخبارية الآتية** [1]:

1. الجدة والطرافة .
2. قرب المكان .
3. التأثير.
4. الأهمية .
5. السلبية .

ولعل من أهم التصنيفات التي وضعت للقيم الإخبارية والتي شكلت نقطة البداية النموذجية في مناقشتها، التصنيف الذي وضعه كل من يوهان كالتونك وماري روج (Gultung and Rage) عام 1965م وطبقت في الصحافة المكتوبة، **وتوضح أن توفر أحد أو بعض أو العديد من المعايير الآتية** يزيد من احتمال نشر الأحداث [2]:

1. **التكرار: Frequency أو التواتر أو التردد (توافق الوقت مع موعد الصدور)**

---

(1) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص54.

(1) Paul Brighton and Dennis Foy, Op. Cit, PP 5-7.

وتعني هذه القيمة أن الحدث إذا وقع في وقت متطابق تقريباً مع دورية صدور منتج الوسيلة الإعلامية (يومية، أسبوعية، شهرية ... الخ) فسيكون له قيمة إخبارية.

2. الحجم: Amplitude

ويقصد بهذه القيمة أنه كلما كان الحدث أكبر وأضخم وأكثر درامية زاد احتمال أن يتجاوز ما يسمى بـ (عتبة القيمة) (Threshold Value) وبذلك يجد طريقه للنشر . والدرامية هنا تعني الصراع بمختلف أنواعه.

3. الوضوح وعدم الغموض: Unambiguity

فكلما كانت الأحداث واضحة وغير معقدة زاد احتمال ملاحظتها ونشرها.

4. الألفة (الحدث المألوف): Familiarity

ويقصد بها الأشياء التي تتوافق مع العرقية، ولها قرب ثقافي، والأشياء التي لها صلة وثيقة بالمجتمع أو الوطن بشكل عام، ومعنى ذلك أن الأشياء القريبة من الوطن هي من الأحداث المهمة، إلا إذا كانت الحياة في الوطن مرتبطة بأحداث في أماكن بعيدة جداً، ولذلك يمكن تسمية هذا العامل بمعيار (الأرتباط) .

5. التوافق (التطابق) أو الانسجام: Correspondence

وهي درجة تطابق الحدث مع توقعاتنا، في هذه الحالة يقول كالتونج وروج إن الأخبار هي شيء قديم، ويطلقون على ذلك (فرضية التوافق والانسجام)، فالشيء المألوف يُلفت الإنتباه وينشر، والشيء غير المألوف يقل احتمال تسجيله، أي لا يعلق في الذهن.

6. المفاجأة: Surprise

وهذه القيمة تشكل قيمة مقابلة، وتعطي مفعولاً معاكساً لقيمة الإلفة والتوافق، وهي تأتي في مصلحة الأخبار الجيدة، حيث يجب أن تكون الأخبار غير متوقعة أو نادرة، وإذا كان الاثنان معاً فهذا أفضل حتى تكون أخباراً ملائمةً وصالحةً للنشر، أيْ: جديرة بالنشر من وجهة نظر القائم بالإتصال.

7. **الاستمرارية: Continuity**

الأشياء التي تم تعريفها بأنها أخبار، أي صارت من ضمن العناوين المهمة للأخبار، تستمر في كونها ذات قيمة إخبارية حتى لو أن حجمها قد تقلص مع الوقت.

8. **التركيب أو البنية (الهيكل أو الشكل العام): Composition**

الحاجة إلى التوازن في الإخراج الصحفي تجعل رئيس التحرير أو المنتج يدخل عناصر معاكسة بغرض خلق توازن، مثلاً إذا كانت معظم الأخبار أجنبية يضيف بعض العناصر المحلية، أو إذا كانت الأخبار غير مسرة يضيف بعض الأخبار السارة، والشيء نفسه يحدث في توزع المواد في نشرة أخبار الإذاعة والتلفاز * .

9. **الصلة بالأمم أو الشعوب الصفوة .**
10. **الصلة بالناس النخبة .**
11. **السلبية: أي النتائج السلبية المحتملة للحدث .**
12. **التوقيت .**

ويُعد كالتونك وروج القيم الإخبارية الستة الأولى جوهرية الأهمية، إذ يصبح فيها أي حدث خبراً في كل أنحاء العالم، أما الأربع الأُخرى فلها أهمية خاصة في الزاوية الشمالية الغربية (التي تمتد من موسكو واثينا إلى كاليفورنيا والاسكا) وتنطبق إلى حد ما على كل أنحاء العالم أما القيم (9 و 12) فكان استخدامها في الدول الأشتراكية وأن هذه الدول تستخدم القيمتين (10 و 11) إيجابياً فقط وهو الحال في الدول النامية أيضاً"[1].

* يرى الباحث أن التركيب أو البنية من عوامل إنتقاء الأخبار وليس من القيم الإخبارية إذ تدخل في عنصر الشكل كشكل النشرة الإخبارية أو شكل الصفحة الأولى من الجريدة وبالتالي فإن الخبر الذي يتم أنتقاؤه ضمن النشرة يتضمن قيماً أخرى، فضرورة وجود أخبار عالمية في النشرة التي تعد ضمن شكل النشرة وبنائها يحتم على محرر النشرة إنتقاء أخبار تحمل عدداً من القيم كي تكون ذات أهمية في النشر (الباحث) .

(1) هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي ، مصدر سابق، ص70 .

لقد قام عدد من الأكاديميين بمراجعة كتابات (كولتنك وروج) والإطلاع على استنتاجاتهم وتقدموا لتنقيح عدداً منها، **فعلى سبيل المثال قام (دينيس ماك شان) (Dense Mac Shan) بتقديم تصنيف للقيم الإخبارية يتكون من أربع قيم هي**[1]:

1. الصراع .
2. الصعوبة أو الخطر على المجتمع .
3. الفجائية (الغرابة، البدع، الفضائح) .
4. الفردية .

وفي الوقت الذي تناولت فيه دراسة (كالتونك وروج) القيم الإخبارية في الجرائد فقط، فإن جرمي تونستول (Jeremy Tunstall) وضع إنموذجاً مشابهاً للأخبار التلفازية في كتابه (الصحفيون في عملهم) بالاعتماد على دراسة كالتونك وروج، **إذ صنف نقاط الإختلاف بين الجرائد والتلفاز إلى أربع نقاط هي**[2]:

1. يكون العنصر البصري (Visual) في التلفاز ذا أهمية كبيرة، فالحصول على فيلم مصور جديد يزيد في الغالب من الأهمية التي تعطى للتقرير الأخباري، أو القطعة الإخبارية .
2. تعطى الأفضلية للفقرات الإخبارية التي تحتوي على فيلم مصور من قبل مراسلي القناة التلفازية أو كما هو مصطلح عليه في القنوات الكبرى (out own reporters) إذ يظهر المراسلون وهم يجرون المقابلات أو يعلقون في تلك الفقرات على الأحداث .
3. إن التلفاز يعرض نسبة قليلة جداً من الأخبار التي تنشرها الجرائد .
4. هنالك تفضيل في التلفاز للأخبار الجادة فضلا عن الأخبار الواقعية.

وفي عام 2001 نشرت مجلة (online Access) دراسة بعنوان " ما الأخبار ؟ مراجعة أخرى لكالتونك وروج " قام بها كل من هاركوب وأونيل (Harcup and

(1) Paul Brighton and Dennis, Foy, Op. Cit, P.8.
(2) James Watson, and Anne Hill, Dictionary of Communication and Media Studies, third ed., London, Edward Arnold, 1993, P.128.

O'Neill)، لدراسة عملية أختيار الأخبار (News Selection Process) ذلك عن طريق تحليل القيم الإخبارية السائدة آنذاك في عينة من الصحف البريطانية اليومية هي ذي صن (The Sun) و الديلي تلكراف (Daily Telegraph) و الديلي ميل (The Daily mail)، وقد اعتمد الباحثان قائمة القيم الإخبارية التي أعدها كالتونك وروج كنقطة الإنطلاق لبحثهما في تحليل محتوى الأخبار في الصحف الثلاث، وقد أقترح الباحثان قائمة جديدة للقيم الإخبارية تتكون من عشر قيم لا تختلف كثيراً عن القائمة التي وضعها كالتونك وروج والمكونة من أثنتي عشرة قيمة، **والقيم الإخبارية التي وضعها هاركوب وأونيل هي** [1]:

1. أشخاص أو منظمات أو مؤسسات لها نفوذ (The Power Elite) .
2. المشاهير (Celebrity) .
3. الترفيه (Entertainment) بما فيها أخبار الجنس والغرابة والطرافة والأهتمامات الإنسانية والحيوانات .
4. المفاجآت أو التضاد (Surprise) .
5. النتيجة السلبية (Bad News) .
6. النتيجة الإيجابية (Good News) .
7. الضخامة أو الحجم (Magnitude) .
8. الصلة والارتباط باهتمامات القراء (Relevance) .
9. الاستمرارية (Follow-Up) .
10. قائمة الأولويات التي تحدد أو تخدم سياسة الإعلام نفسها (-News Paper Agenda) .

وقدم شولز (Schulz) تصنيفاً جديداً للقيم الإخبارية يختلف عن التصنيف الذي وضعه كل من كالتونك وروج، **إذ حدد شولز ستة تصنيفات هي** [2]:

(1) Tony Harcup and Deirder O'Neill, What is News ? Galtung and Rage revisited", journalism studies, Vol.2, No2, 2001, P.261-270.
(2) Jams Watson and A. Hill, Op. Cit, P.139-153.

1. المنزلة أو المكانة (Status): ويقصد بهما نخبوية البلد أو المؤسسة أو الأفراد .
2. إتجاه الحدث (Valence): ويقصد بها مدى العدوانية أو إثارة الخلاف في الحدث.
3. الإرتباط (Relevance): والمقصود به هو مدى الاهتمام والتأثر بالحدث .
4. القرب (Identification): وهي مدى قرب الحدث من الوسيلة الإعلامية .
5. التوقع (Coinsurance) وتعني توقع الحدث .
6. الديناميكية (Dynamics) وتعني الحالية أو الجدة .

ويقدم فرانس فابر (Franz Faber) إنموذجاً لرؤية المدرسة الصحفية الاشتراكية للقيم الإخبارية، **حيث يرى أن للخبر عشر قيم إخبارية رئيسة هي** [1]:

1. الجدة .
2. الطرافة .
3. الواقعية .
4. السرعة
5. الفورية .
6. قوة أثارة العواطف .
7. الجدل .
8. الاستمرارية .
9. الطابع الاجتماعي .
10. المحلية .

ويعتقد لورنس كامبل (Laurence R. Campbell) و رولاند ولسلي (Roland E. Wellesley) بوجود خمسِ قيمٍ إخبارية هي: (التوقيت Timeliness) و (القرب Nearness) و (الحجم أو الضخامة Size) و (الأهمية Importance) و (الفائدة أو المصلحة الشخصية Benefit Personal) [2].

وفي المدرسة الصحفية الليبرالية نفسها يتميز رأي كل من جورج باستين (George C. Bastian) و ليلاند كيس (Leland D. Case) و فلوريد باسكيت (Floyd Basket) [3] الذين يرون بوجود القيم الإخبارية الآتية:

---

(1) فرانس فابر . الصحافة الاشتراكية . ترجمة نوال حنبلي واخرون . دمشق: معهد الاعداد الاعلامي، 1971، ص ص 107- 123.نقلا عن: فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص91 .

(2) Laurence R. Campbell And Roland. Wellesley. E. How to repory and write the news prentice. U.S.A. 1991,P P.8-10.

(3) Bastian. C. George and Case. D. Leland. And Baskette. R. Floyd: Editing the day,S News, Fourth Edition. (The Macmillan Company) New York, 1986,PP.12-22.

- النشاط أو الفعالية أو التأثير أو الحركة
- التوقع أو الترقب أو التشويق
- الغموض والحالية أو الفورية
- القرب
- الدلالة
- الشهرة أو الذاتية
- المركز
- الغنى
- الجنس والفضائح
- الجمال والرومانسية
- المجازفة أو المغامرة
- الشفقة أو العطف
- العدد والحجم
- التمييز أو الملكية
- الوقت
- الغرابة والطرافة
- الأطفال
- الحيوانات
- الأمكنة
- الصراع أو الكفاح أو النضال

ويعتقد كل من فيليب أولت (Phillip H. Ault) وأودين ايمري (Odin Emery) بوجود ثلاث قيم إخبارية فقط هي: (الأهمية Significance) و (القرب Proximity) و (الشهرة Prominence) ثم يضيفان إليهم قيمتين اخريتين هما: (التوقيت Timeliness) و (الصحة أو الصدق أو الدقة Accuracy) [1].

---

(1) Ault. H. Phillip and Wnery. Edwin: Reporting News. (Dodd mead Company) New York, Torento, 1985, PP.16-24. نقلا عن: فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص62.

وصنف كل من ستاني جونسون وجوليان هاريس القيم الإخبارية إلى ثلاثة أصناف رئيسة تتفرع منها عدة أصناف فرعية وهي[1]:

1. خصائص ذاتية أصلية للحادث:
   أ. صراع (توتر – دهشة) .
   ب. تقدم (فوز – إحراز نجاح) .
   ج. كارثة (هزيمة – دمار) .
   د. عاقبة (نتائج – سببية العواقب) .
   ه. شهيرة (تبرير – النجومية) .
   و. الغرابة (ما يخرج عن المألوف ومتى ما يكون مألوفاً إلى أبعد حد) .
   ز. الزاوية الإنسانية (العلاقات العاطفية) .
2. صفات مرغوب فيها:
   أ. الخبر بالوقت (أي أن يكون الخبر طازجاً) .
   ب. أن يتعلق الخبر بأمور قريبة .
3. الاهتمام العام:
   أ. الجنس .
   ب. الحيوان .

أما كارل وارن (Carl Warren) وهو من أنصار مدرسة المسؤولية الإجتماعية أيضاً فلا يعترف إلا بثمانية قيم إخبارية فقط هي[2]: الحالية و القرب والشهرة والغرابة والصراع والتشويق والعواطف والانفعالات والنتائج والعوائق.

ويؤكد فريزر بوند (Fraser Bond) وجود اثنتي عشرة قيمة إخبارية هي [3]: الاهتمامات الذاتية والنقود والجنس والصراع والغرابة و البطولة والشهرة والتشويق والاهتمامات الإنسانية والمنافسة والأحداث المؤثرة في عواطف الجماعات المنظمة ثم الاكتشافات او الاختراعات و الجريمة .

(1) ستانلي جونسون وجوليان هاريس، مصدر سابق، ص52- 53 .

(2) فاروق أبو زيد ، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص63- 64 .

(3) المصدر نفسه، ص64 .

ووضع جاك لول (Jack loll) تصنيفاً آخر للقيم الإخبارية يعتمد على التصنيف السياسي للعوالم الثلاث قبل تفكك الإتحاد السوفيتي السابق والكتلة الشيوعية في أوروبا الشرقية، **ويقع تصنيف لول في ثلاثة أصناف من القيم هي**[1]:

1. القيم الإخبارية للعالم الأول:

أ. الفورية .

ب. القرب المكاني .

ج. الشخصيات البارزة .

د. الأحداث غير العادية .

هـ. الإهتمام الأنساني .

2. القيم الإخبارية للعالم الثاني:

أ. المغزى الآيديولوجي .

ب. اهتمامات الحزب .

ج. المسؤولية الاجتماعية .

د. التثقيف .

هـ. الإهتمام الأنساني .

3. القيم الإخبارية للعالم الثالث:

أ. التنمية .

ب. المسؤولية الاجتماعية .

ج. التكامل الوطني .

د. التثقيف .

هـ. قيم إخبارية أخرى مشابهة لقيم العالم الأول كالفورية والقرب المكاني .

---

(1) جاك لول، مصدر سابق، ص37- 71.

ووضع باحثاً آخر تصنيفاً للقيم الإخبارية مكون من اثنتين وعشرين قيمة إخبارية هي [1]:

1. الحدث .
2. الوضوح .
3. المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى .
4. الترتيب والموازنة .
5. الصراع .
6. الانسجام أو التطابق .
7. الاستمرارية .
8. الإثارة .
9. نخبة الناس .
10. نخبة المناطق .
11. الحقائق والإحصائيات .
12. الإشارة إلى الحكومة .
13. الدعاية أو الفكاهة .
14. الجدة وعدم التوقع .
15. الإشارة إلى فئة منظمة .
16. التجسيد .
17. القرب .
18. الصلة بالجمهور .
19. الأهمية والتأثير.
20. الفضائح والجريمة .
21. الإشارة إلى الجنس .
22. الفورية .

وتحدث ماكويل (Dense Maxwell) عن تصنيف قيمي استناداً إلى كيفية تقدير قيمة الخبر قبل التوجه إلى الميدان وفطرته في معرفة العناصر المؤثرة في الأخبار ... **وتضمن التصنيف سبع فئات هي [2]:**

1. المغزى: إجتماعي، إقتصادي، سياسي، إنساني، بشري .
2. الدراما: الإثارة والحركة مع التسلية واللهو .
3. المفاجأة: الطراوة والجدة واللاتنبؤية .
4. الشخصيات: ملكية، سياسية، ممثلون ... وغيرهم .
5. الجنس: فضائح، إجرام، عناصر شعبية .
6. الأعداد: نطاق الحدث وأعداد الناس المشمولة به .

---

(1) Connie Syomiti Kisuke, Op, Cit, P.19-37.

(2) نقلا عن: هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص70 .

7. المقرية: على عتبة الدار أو على بعد عشرة آلاف ميل .

أما الدكتور كرم شلبي [1] فقد صنف القيم الإخبارية إلى قسمين: يرتبط الأول منها بعناصر الخبر، فيما يرتبط الثاني بعوامل لا علاقة لها بطبيعة الخبر أو عدم انتقائه ضمن الأخبار الصالحة للنشر، إلا أن هذه العناصر ليست وحدها هي التي تحكم عملية الإنتقاء، بل هناك عوامل أخرى خارجة عن طبيعة الخبر نفسه، **وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم العوامل والاعتبارات التي تتحكم في انتقاء الأخبار إلى نوعين:**

الأول: العوامل والإعتبارات المتعلقة بطبيعة الخبر نفسه، والمقصود بها محتوى الخبر أو الخصائص التي تميزه .

الثاني: إعتبارات أخرى لا علاقة لها بطبيعة الخبر، بل تتعلق بالظروف والأوضاع السياسية أو المهنية التي تعمل الصحيفة في ظلها .

ويقصر باحث آخر[2] القيم الإخبارية بالتركيز على ست قيم رئيسة هي:

1. التأثير الكبير (High Impact) بمعنى أن معرفة الجمهور بالخبر يجعل الأمر مختلفاً بالنسبة له عما لو لم يعلم به . فخبر عن التضخم أو عن ضرائب جديدة، له تأثير محتمل كبير .
2. الصراع: وقد يكون هذا الصراع مادياً أو إختلافاً في الرأي .
3. الشهرة: أو شخصية معروفة يتضمنها الخبر يجعل احتمالات نشره أو إذاعته أكبر مما لو كان يخلو من هذا الاسم .
4. القرب: فكلما كان الخبر عن حدث قريب سواء كان هذا القرب جغرافياً أو سيكولوجياً كلما زادت احتمالات نشر هذا الخبر وإذاعته .
5. الحداثة Newness: وتعني: أن يكون الخبر حديث الوقوع ولم يسمع به بعد ويحتوي على معلومات جديدة .

---

(1) كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، مصدر سابق .

(2) سعيد محمد السيد، أنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص36 .

6. الإهتمام أو المصلحة العامة أو الشخصية التي يحققها الإستماع للخبر في وقت إذاعته .

ويقسم باحث آخر القيم الإخبارية إلى أربعة محاور اسماها بالمعايير الزمنية والصحفية والإنسانية والأخلاقية وكما يأتي[1]:

1. **معايير زمنية: وتشمل:**

أ. عنصري الجدة (الحالية الآنية)، أي أن يكون الخبر جديداً مجارياً للأحداث، وهذا العنصر يمثل أيضاً جوهر عن الإثارة .

ب. عنصر الأثر الزمني المستمر .

2. **معايير صحفية وفنية: وهي تلك التي تتصل بالنظرة إلى الخبر من زاوية إعلامية وأهمها:**

أ. عنصر الأهمية أو الضخامة أو ما يطلق عليه تعبير مغزى الحدث .

ب. عنصر القرب أو المحلية .

ج. عنصر التشويق ويطلق عليه أحياناً عنصر الغرابة أو عنصر الإثارة .

د. عنصر سياسة الصحيفة .

3. **معايير إنسانية:** وأهمها عناصر الشهرة (Prominence) والعنصر الدرامي الذي يتناول الطريقة الغريبة التي وقعت بها الحادثة، والمفارقات الإنسانية، وعنصر الصراع والإحساسات والجنس والتقدم .

4. **معايير أخلاقية:** أو الشروط الواجب توافرها في الأخبار وهي عناصر الصدق، والدقة (Properness) والحياد والموضوعية (Objectivity) .

في حين وضع الدكتور هاشم حسن تصنيفاً للقيم الإخبارية في الصحافة العراقية مكوناً من اثنتي عشرة قيمة إخبارية مقسمة على سلم رتبي يضم ثلاثة مستويات مرتبة بالتتابع حسب درجة الأهمية وكما يأتي [2]:

---

(1) محمود أدهم، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص541- 581 .

(2) هاشم حسن، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص34- 35 .

1. قيم الذروة (Top Values) وهي:

أ. الفورية Newness or Freshness .

ب. الأهمية Importance.

ج. الشهرة Prominence .

د. الإثارة Excitement .

2. القيم المتوسطة (Middle Values) وهي:

أ. الغرابة والطرافة Novelty and Humor .

ب. الصراع Conflict .

ج. الاهتمام الأنساني Human Interest .

د. الزعيم Leader .

3. القيم الثانوية (Minor Values) وهي:

أ. التنمية Development .

ب. الاهتمام الإداري Administrative Interests .

ج. الحزب The Party .

د. التعبئة Mobilization .

وفي دراسة أجريت عن القيم الإخبارية في قناة الجزيرة صنف الباحث رحيم مزيد [1] القيم الإخبارية ضمن تصنيف مكون من اثنتين وعشرين قيمة هي:

1. الفورية .
2. القرب المكاني .
3. الأهمية .
4. المفاجأة .
5. الإثارة .

12. الترفيه .
13. الإلهام .
14. التأثير الشخصي .
15. التنمية .
16. المسؤولية الاجتماعية .

(1) رحيم مزيد ، مصدر سابق، ص54- 66 .

6. الشهرة (الشخصيات البارزة) .
7. الصراع .
8. الجنس .
9. الاستمرارية .
10. السلبية .
11. الضخامة .
17. الوحدة الوطنية .
18. التثقيف .
19. الفائدة .
20. الإمكانات التقنية .
21. الكوارث .
22. الاهتمامات الإنسانية .

كما وضعت دراسة أخرى أجريت حول العوامل التي تسهم في تشكيل القيم الإخبارية، تصنيفاً للقيم الإخبارية يتكون من عشرِ قيمٍ هي [1]:

1. الأهمية .
2. الجدة أو الحالية .
3. الموضوعية .
4. المكانية والقرب الجغرافي .
5. التوقيت المناسب .
6. الحجم .
7. الصراع .
8. التشويق .
9. الشخصية أو الشهرة .
10. الإهتمام الأنساني .

ويتبين لنا من التصنيفات السابقة الذكر أن القيم الإخبارية تتصف بالنسبية وفقاً لما يأتي:

أ. المؤسسة الإعلامية: فما تعده مؤسسة إعلامية معينة من الأخبار مهماً، قد لا يكون بالدرجة ذاتها من الأهمية لدى مؤسسات إعلامية أخرى، أيْ: وجوب إقتران القيمة الإخبارية وتوافقها مع سياسة المؤسسة الإعلامية .

ب. المدة الزمنية: إذ تسود قيمٍ إخبارية معينة في مدة زمنية تتراجع بعدها وتسود قيمٌ أخرى في اوقات أخرى .

ج. نوع الوسيلة الإعلامية: إذ إنَّ هناك فروقاً واضحة في القيم السائدة في كل من الصحافة المطبوعة وكل من الصحافة الإذاعية والتلفازية، فخصائص الوسيلة الإعلامية تحدد القيم السائدة في الوسيلة .

---

(1) وريدة علي ملياني، مصدر سابق، ص49- 52 .

كما وتبين لنا مما سبق عرضه من تصنيفات ما يأتي:

أ. إن العديد من التصنيفات التي وردت أعتمدت بشكل كبير على التصنيف الذي وضعه كل من كولتنك وروج، وهو في الجانب الأول تصنيف وضع حينها لدراسة القيم الإخبارية في الصحافة .

ب. إن العدد الأكبر من التصنيفات لم تذكر أية قيمة إخبارية خاصة بالدعاية أو المغزى الآيديولوجي، مع أن وسائل الإعلام سواء كانت محلية أو دولية أو موجهة كانت وما تزال أهم الوسائل الخاصة بالدعاية السياسية لأي بلد والذراع الطويل لسياسته الخارجية، كما أن الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام خير دليل على ذلك .

ومع ما سبق تأشيره من أختلاف في عدد القيم الإخبارية وتصنيفها، إلا أننا نجد اشتراك عدد من القيم الإخبارية في أغلب التصانيف والدراسات التي ذكرناها، كما يتضح، أن أغلب التصنيفات التي تم استعراضها تختلف في تفسير القيمة الإخبارية الواحدة، ففي الوقت الذي دمجت بعض التصنيفات قيمتين أو أكثر في قيمة إخبارية واحدة، نجد أن تصنيفات أخرى فصلتها عن بعضها كقيمة الإثارة والجنس، وأيضاً قيمتي الأشخاص الصفوة والدول الصفوة، إذ دمجتها بعض التصنيفات بقيمة الشهرة الإخبارية وقيمة الغرابة والطرافة في قيمتين هما الترفيه والتسلية والغرابة فيما أطلق على قيمة الضخامة تارة بالحجم وتارة أخرى بالعدد .

ثانياً- تصنيف القيم الإخبارية:

بناءً على ما مر ذكره من تصنيفات القيم الإخبارية، يضع الباحث التصنيف الآتي للقيم الاخبارية ليعتمد في الدراسة الميدانية من هذا البحث ويتكون التصنيف من خمس عشرة قيمة اخبارية هي:

1. الفورية: Timeliness

يهتم الجمهور عادةً بالأحداث الجديدة التي لم يسبق له أن علم بها [1] وتُعد

(1) عبد القادر شعباني وآخرون. المعالجة الخبرية التلفاز العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية . تونس: إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد (58)، 2006، ص12 .

هذه القيمة الخبرية أحدى أهم القيم الإخبارية في التلفاز، إذ تسهم في تفضيل خبرٍ ما[1] على غيره وتعني أن الخبر هو ما يحدث الآن [2]. ويطلق عليها البعض مصطلح (الآنية) [3] أو الحالية *، فإذا كان الخبر يعرف سابقاً بأنه وصف لحدث وقع بالفعل، فإن هذا التعريف قد تبدل ليكون معنى الخبر وصفاً لحدث يقع الآن [4]. وقد جعلت هذه القيمة الخبرية من الجمهور عنصراً مشاركاً ومسهماً في نقل الخبر وتفسيره وتحليله وتحديد مضامينه وتداعياته المستقبلية، ومِنْ ثمَّ فإن هذه القيمة تمثل في الغالب مرتبة متقدمة في أولويات إنتقاء الأخبار [5].

وتمتلك وسائل الإعلام الإلكترونية والقنوات الفضائية والمحطات الإذاعية إمكانية تغطية الأحداث فور وقوعها، إذ تنقل القنوات الفضائية المشاهد إلى ساحة الحدث وتقدم له تطورات الأحداث على مدار الساعة، فميزة العصر الحديث الإهتمام بالمعلومات بشكل آني، فالتخلف عنها يعني عزل المتلقي أو الجمهور عن الصورة وبالأحرى عن حركة التاريخ [6]. فمهمة الصحافة باتت تتسابق على السرعة، وتسعى لتوصل إلى المشاهدين ما يحصل في أثناء حصوله [7]. وترى الدكتورة جيهان رشتي أن لهذه القيمة الخبرية أهمية في العالم الغربي لأنها تحقق السبق الصحفي، وهو ما يجعل الوسيلة الإعلامية، الأولى في نشر الخبر من بين الوسائل الأخرى [8].

---

(1) محمد معوض وبركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص42 .

(2) جاك لول، مصدر سابق، ص41 .

(3) عبد القادر شعباني وآخرون، مصدر سابق، ص12 .

* في الوقت الذي يشير فيه العديد من الباحثين إلى أن الحالية تعني أن يكون نقل الخبر يجري حال وقوعه، إلا إن الدكتورة منى الحديدي تذهب إلى خلاف ما هو متفق عليه وترى أن هذه القيمة ترتبط " بمجرى حديث الناس " وهو خلط واضح بين هذه القيمة وقيمة الاستمرارية . أنظر: منى الحديدي، مصدر سابق، ص96 .

(4) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص47 .

(5) رحيم مزيد، مصدر سابق، ص54 .

(6) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص47 .

(7) أحمد زين الدين . التحرير الصحافي . بيروت: دار الحياة، 2008، ص11 .

(8) جيهان رشتي، الإعلام الدولي، مصدر سابق، ص436 .

ومع الأهمية التي تشكلها هذه القيمة الخبرية إلا أنها تحمل في بعض الأحيان آثاراً سلبية لأنها لا تتيح المجال لقراءة الخبر قراءة دقيقة وموضوعية [1]، كما تساعد أحياناً على تأجيج المشاعر لدى الجمهور وحمله على القيام بردود أفعال إزاء العديد من القضايا والأزمات .

ولعل الأخبار كأبرز محتويات وسائل الإعلام قد أفادت بشكل كبير من التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصال مما أدى إلى زيادة فاعلية وأداء وسائل الإعلام لمهامها الإخبارية على الصعيد الدولي في مجالات توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً وفورية البث فضلاً عن إمكانية تعدد المحطات التابعة للقناة نفسها [2] .

وفيما قاد ذلك إلى تنافس الدول في مجال استحداث قنوات فضائية موجهة، فأن هذه القيمة الإخبارية أضحت المصدر الأساس في التنافس بين القنوات الفضائية، التي تتسابق في نقل الأحداث المهمة أولاً بأول، ولعل القنوات الفضائية الموجهة هي الأخرى تتنافس في نقل الأحداث حال وقوعها لكسب المزيد من الجمهور " الذي أثبتت الدراسات اهتمامه بكل ما هو جديد " [3] .

2. الجدّة: News Ness

ويطلق عليها مصطلح الحداثة (Recency) أي الكشف عن الجديد غير المعلوم من قبل [4]، وتعني أن يكون الخبر جديداً، فالخبر أسرع مادة معرضة للتلف بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه [5]، وينبغي أن تكون الأخبار ذات قيمة في

---

(1) علم الدين عبد الله أحمد . معايير التغطية الإخبارية في التلفزيون . أطروحة دكتوراه . كلية الإعلام، جامعة بغداد: 2006، ص75 .

(2) حسن عماد مكاوي ومحمود سليمان علم الدين، مصدر سابق، ص221 .

(3) أوستن راني . قنوات السلطة . ترجمة موسى جعفر . بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1996، ص56.

(4) عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية، مصدر سابق، ص141 .

(5) يوسف مرزوق . الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية . الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1988، ص32 .

الوقت الذي تذاع وتنشر فيه [1] ومن الممكن أن يتعلق الخبر بمعلومات مستحدثة عن حدث أو وقائع قديمة نشرت ناقصة أو لم تنشر أصلاً [2]، إذ تمثل الجدة في الأخبار عنصر أستقطاب أهتمام المتلقي [3] ولذا تُعد من أهم القيم الإخبارية التي يفضل على أساسها خبراً معيناً على آخر [4] . لأن قيمتها تُحَدْد بمدى ما يضفيه الخبر من معلومات جديدة للجمهور .

وتختلف هذه القيمة الإخبارية عن الفورية مع أن البعض يخلط بين الفورية والجِّدة فالخبر الفوري يُعد خبراً جديداً ولكن ليس من الضروري أن يُعد الخبر الجديد فورياً أو تتم تغطيته بشكل فوري.

3. القرب Proximity

تحظى الأحداث القريبة جغرافياً (Geographically Closeness) من الجمهور باهتماماته[5]، فطبيعة الإنسان تميل إلى الأهتمام بالأشياء المحيطة به أكثر من تلك التي تقع بعيدة عنه [6]، وهذا ما يفسر إهتمام الجمهور بالأخبار التي تدور في بلدهم ومدينتهم وحيهم لا بل حتى في شارعهم [7] . ولذلك إذا تساوى حدثان من حيث الأهمية، فأن الأسبقية والأولوية في النشر تعود إلى الخبر الأقرب جغرافياً، فخبر موت عدة افراد في حي قريب من المشاهد أهم من خبر آخر عن موت المئات في دولة بعيدة، لذلك تهتم مختلف قنوات التلفاز في العالم بالأخبار الوطنية وتعطي لها مساحة زمنية أكبر، وقد يتخذ القرب أشكالاً عدة كالقرب الجغرافي أو الثقافي أو المهني [8]، كما يمكن أن يكون قرباً سيكولوجياً أو عاطفياً

---

(1) محمود فهمي، الفن الصحفي في العالم، مصدر سابق، ص62 .

(2) هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص35 .

(3) إسماعيل قاسمي وآخرون، مصدر سابق .

(4) محمد معوض وبركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص42 .

(5) Melvin Mencher's, News Reporting and Writing, Loth ed, Boston, McGraw-Hill, 2006, P.2006, P.60.

(6) علم الدين عبد الله أحمد، مصدر سابق، ص76 .

(7) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص47 .

(8) أحمد زين الدين، مصدر سابق، ص12 .

(Emotion Closeness) بسبب النوع او الديانة او السن او العرق[1] . وتُعد هذه القيمة الإخبارية ذات أهمية في تحديد أولوية نشر الخبر، أيْ: في تفضيل الجمهور لأخبار منطقة معينة على أخبار منطقة أخرى [2] .

وتشير نتائج دراسة أجريت في المملكة العربية السعودية [3] على نشرات الأخبار في قنوات (MBC) والفضائية المصرية والقناة العربية لهيئة الإذاعة البريطانية (BBC) إلى أن الأخبار ذات الطابع المحلي (المتعلقة بدولة واحدة) كانت أكثر الأخبار تكراراً، إذ بلغت نسبتها (43.9٪) من مجموع المساحة الزمنية للأخبار فيما حصلت كل من الأخبار الدولية والإقليمية على نسبة (9.8٪) و (9.4٪) على التوالي .

4. الأهمية: Importance

يُعد تناول موضوعات الأخبار التي تدخل في دائرة اهتمام الأفراد وتؤثر في حياتهم إحدى أهم القيم الإخبارية في العالم المتقدم، فالعاملون في الأخبار لديهم سلعة يجب أن يكون هناك زبائن يقبلون على شرائها ولذلك يجب تحديد ما يرغب فيه الجمهور [4] الذي يهتم دائماً بمعرفة الأحداث التي تثير انتباهه [5]، فالبحث عن القصص الإخبارية التي تشعر الناس بالإندماج العاطفي تروف لقطاع واسع من الجمهور[6] وترتبط أهمية الخبر بمدى ما يُحدِثْ من تغيير واضطراب وبعدد الأشخاص * الذين يؤثر فيهم [7]، وتختلف درجة الأهتمام والأهمية من جمهور لآخر،

---

(1) نهى عاطف العبد . القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها . الإذاعات العربية . مجلة . العدد (1) . تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، 2011، ص 86، .

(2) بركات عبد العزيز، أتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية، مصدر سابق، ص90 .

(3) أحمد موسى الضبيان . المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية تقويمية تقنية من المادة الإخبارية وأستخدامات الجمهور لها . أطروحة دكتوراه . الرياض: جامعة الأمام محمد بن سعود الإعلامية، 1997، ص212 .

(4) رحيم مزّيد علي الكعبي، مصدر سابق، ص56 .

(5) عبد القادر شعباني وآخرون، مصدر سابق، ص12 .

(6) جاك لول، مصدر سابق، ص44 .

* على سبيل المثال الأخبار المتعلقة بإصلاح وتعديل تشريعات تهم قطاع كبير من الناس أو تنفيذ الخدمات وكل الأنباء المتعلقة بتطور حياتهم أو تشريع قانون يزيد من فرض الضرائب أو في حالة قيام باحثين باكتشاف علاج لمرضى السرطان (الباحث).

(7) عبد العزيز شرف، مصدر سابق، ص113 .

كما وتؤدي طبيعة الجمهور ومستوياته الثقافية والإجتماعية والإقتصادية دوراً كبيراً في ذلك [1] .

وبذلك فأن الأهمية ليست مطلقة لكل الأخبار، بل تعد مسألة نسبية، وهنالك نوعان من الأهمية: **الأولى** الأهمية العامة التي لا تخص سكان دولة بالذات بل تهم سكان العالم أجمع كإطلاق أول قمر صناعي والحروب العالمية [2]، أما **الثانية** فهي التي تهم مكان دولة معينة أو مدينة . ويقول فاروق أبو زيد في كتابه الخبر الصحفي، من الممكن أن تكون هذه القيمة الخبرية نابعة من أتحاد عدد من العناصر في خبر واحد * فعلى سبيل المثال أتحاد عنصري الشهرة والضخامة قد يؤديا إلى خلق عنصر الأهمية [3] .

5. الإثارة: Drama

تمثل الإثارة إحدى أهم القيم الإخبارية في المجتمعات الغربية [4]، التي تركز وسائل إعلامها على الموضوعات التي تجذب أكبر عدد من الناس [5]، فالأخبار التي تحمل في طياتها فضيحة أو معلومات خطيرة تكشف لأول مرّة، تحتل في أغلب الأحوال موقعاً صدر الصحف في نشرات الأخبار [6]، وكبرى الصحف ووسائل الإعلام العالمية حتى أن عدداً من الصحف العالمية الجادة والتي لا تهتم بالإثارة أعلنت إفلاسها بسبب ميل القراء إلى صحف الإثارة ** [7] .

---

(1) عبد القادر شعباني وآخرون، مصدر سابق، ص12 .

(2) يوسف مرزوق . مدخل إلى حرفية الفن الإذاعي . القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1975، ص119 .

* يتقاطع الباحث مع رأي الدكتور فاروق أبو زيد، إذ أن اتحاد عدد من القيم الإخبارية ووجودها في الخبر الواحد تزيد من أهميته في النشر . أما قيمة الأهمية فهي نابعة من قيمة الخبر لدى الجمهور، وبالتالي فإذا ما أخذنا برأي الدكتور فاروق أبو زيد فأن معظم الأخبار تحتوي على قيمة الأهمية وهذا شيء غير صحيح .

(3) فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص79 .

(4) سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي، الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مصدر سابق، ص133 .

(5) جيهان رشتي، الاعلام الدولي، مصدر سابق، ص420 .

(6) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص56 .

** من بين صحف الصفوة (Eliete Press) التي تحولت إلى صحف الإثارة بعد أفلاسها صحيفة التايمز اللندنية (The Times) أنظر:كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ص36 .

(7) عبد الحليم موسى يعقوب، مصدر سابق، ص57 .

ويقصد بالإثارة في الخبر ... الإشارة إلى تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة تلفت انتباه المتلقي وتخاطب غرائزه، فالأحداث التي تتعلق بالجرائم أو الفضائح أو الجنس أو الفضائح السياسية أو الإقتصادية أو المالية أو الإجتماعية التي تحمل سمة الإثارة في وقائعها [1] . تُعد ذات جدارة في النشر، وتستحق انتقائها ضمن نشرات الأخبار في الإذاعة والتلفاز فضلاً عن الصحافة وبالعكس فان الأخبار التي تُعد غير مثيرة لا تجد مكاناً أو مساحة للنشر وقد سأل أحد الصحفيين الذين يتعاملون مع أخبار الوكالات الإعلامية قبل أكثر من 35 عاماً عن سبب رفضه بعض الأخبار، فقال بأن الأخبار التي يرفضها غير مثيرة[2].

وتُعد أخبار الجنس (Sex) من بين الأخبار التي تحمل قيمة الإثارة، فقد أضحت الحياة الجنسية وكل ما يتعلق بها من أحداث الاغتصاب تشكل قيمة هامة في الجدارة الإخبارية، فالصحفيون يدركون اهتمام المتلقين بأخبار الجنس[3] . ويعطي أرتباط قيمة الإثارة عن طريق الجنس بالأسماء الشهيرة قيمة أكبر للخبر كونه يمثل فضيحة أخلاقية*، وقد تجنبت وسائل الإعلام العالمية في أوقات زمنية ذكر الأخبار التي تتعلق بالأفعال الجنسية أما بسبب الرقابة أو بسبب القوانين التي كانت تحول دون نشر ما يتعلق بالجنس، أما في الوقت الحالي فأن وسائل الإعلام تتسابق لنشر مثل هذه الأخبار [4] .

---

(1) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص72 .

(2) ل. جون مارتن وانجو جرفر شودري . نظم الإعلام المقارنة . ترجمة علي درويش . القاهرة: الدار الدولية للطباعة والنشر والتوزيع، 1988، ص62 .

(3) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص51 .

* على سبيل المثال أرتباط قيمة الإثارة (الجنس) باسم رئيس الولايات المتحدة الأمريكية في علاقته غير الشرعية مع المتدربة في البيت الأبيض مونيكا لوينسكي وهو ما أعطى للخبر أهمية أكبر للنشر كونها فضيحة ترتبط باسم أحد الأشخاص ذو الشهرة وبالتالي ما كان لهذا الخبر أن يأخذ حيزه لو كان الشخص أحد الحراس في البيت الأبيض وليس الرئيس الأمريكي آنذاك "بيل كلينتون".

(4) المصدر نفسه .

6. الشهرة* : Prominence

وتعني هذه القيمة إرتباط الخبر بالشخصيات البارزة أو اللامعة في المجتمع، أو العالم، أو بالإمكان التي لها قيمة تاريخية وترجع أهمية هذه القيمة الخبرية إلى أن المتلقي يتتبع أخبار اللامعين في المجالات كافة [1] . فصناع القرار السياسي والشخصيات العامة ونجوم الفن والمدافعون عن القضايا الإجتماعية ومشاهير الرياضة تصنع تحركاتهم وتصريحاتهم الأخبار [2] ، سواء في الدول المتقدمة او النامية، وهنالك الكثير من الأحداث التي قد تمر دون أن تتحول إلى قصص إخبارية لكن ظهور إحدى الشخصيات أو صلة القصة بإحدى الشخصيات المشهورة كفيلة بأن تجعلها مثار اهتمام وسائل الإعلام [3] .

والشهرة في الأخبار قد تكون شخصية ترتبط بالأشخاص أو قد تكون مكانية ترتبط بالأماكن المشهورة كمدينة هورشيما التي تم ضربها بقنبلة نووية، كما قد تكون الشهرة زمانية ترتبط بتاريخ له شهرة عند الجمهور ويحمل دلالات معينة عند ذكره مثل تاريخ 11 / أيلول / 2001 الذي يمثل ضرب برجي التجارة العالمية في نيويورك والهجمات على مبنى في واشنطن وتاريخ 2003/4/9 الذي يمثل أنتهاء حقبة حكم حزب البعث في العراق بدخول القوات الأمريكية إلى بغداد . وتنتقل قيمة الشهرة إلى مستوى آخر إذ ترتبط بالأشخاص القريبين** من الشخصيات الشهيرة أيضاً .

* هناك من يرى أن لهذه القيمة آثاراً خطيرة في الإعلام الحكومي في دول الجنوب، إذ يتم النظر إلى الشعوب والمجتمعات عن طريق قادة أو زعماء هذه الشعوب دون أعطاء أية أهمية للشعب، إذ يتم أختزال المجتمع أو الدولة كلها في شخص واحد هو شخص الرئيس أو الفئة يليه مجموعة أخرى من الشخصيات التي تتولى مناصب هامة، أو تؤدي دوراً مهماً على مسرح الأحداث . أنظر: سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، مصدر سابق، ص110 .

(1) عبد الجواد سعيد ربيع، مصدر سابق، ص73 .

(2) James Glen Storall, Op. Cit, P.116.

(3) نهى عاطف العبد، مصدر سابق، ص 88 .

** تكتسب بعض الشخصيات الشهرة وتكون الأخبار المتعلقة بها ذات أهمية، لأهمية وشهرة الشخصية التي يرتبط بها الشخص الذي يدور حوله الخبر أو يرتبط به، ويأتي في هذا السياق الأخبار التي ترتبط بأبناء وأشقاء رؤساء الدول وكبار الفنانين وأزواجهم ويتعدى الأمر في بعض الأحيان إلى حراسهم الشخصين وسائقيهم وعمالهم المنزلين .

7. الصراع: Conflict

تُثير النزاعات سواء كانت بين الناس أو بين الدول أو صراع الأنسان مع السلطة إهتمام وسائل الإعلام والجمهور، ولاسيما أن أهمية الصراع تزداد بأهمية الأطراف الداخلة فيه [1] . وقد يكون الصراع مادياً أو فكرياً [2] كما يمكن أن يكون عسكرياً أو سياسياً أو إجتماعياً [3] . وتُعد الصراعات العسكرية بين الدول والثورات والإنقلابات من أهم أنواع الصراع، فضلاً عن ظاهرة الإرهاب التي أصبحت تتصدر أهتمامات وسائل الإعلام [4]، فيما أصبحت الصراعات الآيديولوجية الدولية تلقى أهتماماً لدى كل من المتلقي والوسيلة الإعلامية، ولاسيما القنوات الفضائية الموجهة التي تمنح الأخبار المتعلقة بالصراع الإيديولوجي أهمية كبيرة في البث .

فالصراع يعطي للخبر نوعاً من الجاذبية وحب الاستطلاع والرغبة في المعرفة لدى الجمهور [5] ؛ فالخبر " في العالم الأول هو المعارك والصراعات، فإذا تشاجر الناس داخل أجتماعات مجلس المدينة أو البرلمان أو في الشوارع أو تقاتلوا في ميادين المعارك فهنالك فرصة طيبة لوجود الخبر " [6] وتعد أخبار الصراع ذات أهمية بغض النظر عن إيجابية أو سلبية الصراع *.

---

(1) عبد الستار جواد، ، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص49- 50.

(2) علم الدين عبد الله، مصدر سابق، ص77 .

(3) عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية، مصدر سابق، ص142 .

(4) إسماعيل قاسمي وآخرون، مصدر سابق .

(5) مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية، القاهرة، دار الشروق، 2002، ص45.

(6) جاك لول، مصدر سابق، ص44- 45 .

* يعترض البعض على تغطية الأخبار المتعلقة بالصراع ويقترح تقليل التأكيد على دور الصراع كأحد مقاييس صلاحية الحدث للنشر، بأعتبارات أخبار الاضطرابات أو الإضرابات المدنية إذا ما استحقت التغطية الخبرية فمن المنطقي تغطية الأسباب الكامنة وراء الاضطرابات مثل التفرقة والتميز العنصري . أنظر: هربرت سترنز . المراسل الصحفي ومصادر الأخبار . ترجمة سميرة أبو سيف . ط2 . القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1989، ص36- 37 .

8. المنافسة: Competation

من ألوان الدراما في الحياة الإنسانية المنافسة التي تجذب اهتمام المتلقي بالخبر، وتتحقق المنافسة في اخبار المسابقات والمباريات الرياضية [1] وتُعد المنافسة نوعاً من أنواع الصراع لكنها لا لا تحملُ حدةً أو عنفاً .

9. الاستمرارية: Continuity

وتعني الأخبار التي ترتبط بالأحداث التي يحتمل أن يكون لها تأثير مستمر، أي الأحداث التي تتم تغطيتها مرة أخرى [2] فالخبر الذي يحمل قيمة الاستمرارية تستمر جدارته في النشر حتى عندما تتضاءل ضخامته [3]، كما يمكن للاستمرارية أن تجعل الخبر أكثر أهمية بالتقادم، فتجعل المجتمع يتغير تجاه قضية أو حدث ما كان يبدو صغيراً، لكن مع الاستمرارية في تداوله أصبح أكثر أهمية لدى الجمهور[4]، وهو أمر يرتبط بنظرية ترتيب الأولويات .

ويسمي البعض الاستمرارية بالتداول وهذه القيمة تمثل خاصية الاستمرار في تداول الخبر حتى يأخذ جدارته وأهميته الصحفية، كون الأحداث مستمرة، وعلى سبيل المثال أن انتفاضة الشعب المصري التي انطلقت في 25 كانون الثاني 2011م واستمرت أسبوعين كانت مثار اهتمام المتلقين، فالعديد من الأخبار التي تتعلق بالمشهد الشعبي والتظاهر في مصر كانت تُعد ذات جدارة إخبارية وأهمية في النشر، فكل خبر ارتبط بالحدث المصري كان على درجة من الأهمية حتى في حال كونه خبراً خارجياً كمواقف الدول إزاء تعاطي حكومة الرئيس المصري السابق حسني مبارك مع المتظاهرين أو مبادرات التأييد للشباب المصري التي انطلقت في العديد من الدول العربية، ولعل الموقف الأمريكي الذي يعلنه الناطق باسم البيت الابيض في مؤتمر صحفي كل ليلة آنذاك دليل على ذلك.

---

(1) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص68 .

(2) News Valeuse, http://www.cultsock.ndirect.co.uk.in11.4.2004.

(3) عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، مصدر سابق، ص56 .

(4) إسماعيل قاسمي واخرون، مصدر سابق .

وغالباً ما تقترن قيمة الاستمرارية الإخبارية مع قيم إخبارية أخرى، فالموقف الرسمي الأمريكي على سبيل المثال يقترن بالشهرة سواء كانت المكانية للولايات المتحدة أو الشهرة الشخصية إذا ماكان الموقف معلناً عن طريق الرئيس الأمريكي كما يمكن أن يقترن بالجدة كما في الأخبار التي تُعلن لأول مرة وتخص الأزمة المصرية .

10. الضخامة: Amplitude

تُعد الضخامة أو الحجم كما يطلق عليها في بعض الأحيان، من المعايير الأساسية التي تتحكم في نشر الخبر [1]، مع أن قرار النشر في وسائل الإعلام المملوكة للدولة يتوقف أساساً أو يرتبط ارتباطاً مباشراً بالمعايير الآيديولوجية والسياسية [2] . وتعني الضخامة أن حجم تأثير الخبر على المتلقين يكون كبيراً [3] إذ كلما زاد عدد الأشخاص الذين يتعلق بهم الحدث أو الخبر وكلما زاد حجم الأرقام في الخبر أزدادت قيمته في النشر مثل عدد الجرحى أو القتلى وقيمة الخسائر وقيمة الأرباح وعدد الأهداف في المباراة وعدد المتظاهرين أو المشردين [4]، لأن ذلك يزيد من عدد الأشخاص الذين يهمهم الخبر ويسمى بالخبر الضخم [5]، ولعل من المهم القول أنَّ الضخامة لاتعني التهويل او المبالغة، بل تعني اثارتها لإهتمام أكبر عدد من الناس[6].

(1) سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مصدر سابق، ص131 .

(2) جيهان رشتي، الإعلام الدولي، مصدر سابق، ص436 .

(3) محمد صمد خضرون . مطالعات في الإعلام . ط3 . بيروت: دار خضر للطباعة والنشر والتوزيع، 1996، ص207، عبد الستار جواد، مصدر سابق، ص56 .

(4) سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي، الأخبارا لإذاعية والتلفزيونية، مصدر سابق، ص131.

(5) مرعي مدكور، مصدر سابق، ص44 .

(6) عظيم كامل الجميلي وثناء اسماعيل العاني . صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية . عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2012، ص240 .

وتتصل قيمة الضخامة إلى حد ما بقيمة الإثارة فالخبر الذي يتصف بالضخامة غالباً ما يكون مثيراً [1]، وتخصص وسائل الإعلام مساحات واسعة في التغطية الإخبارية للأحداث التي تتصف بالشمولية أو الكونية وتعمل على تنويع أشكال التغطية الإخبارية بما يتناسب مع حجم الخبر وأهتمام المتلقين به [2] .

11. الغرابة والطرافة: Novelty and Humor

وتشمل هذه القيمة الخبرية الوقائع والأحداث غير المألوفة في الحياة الاعتيادية [3]، أو تلك التي تخرج إليها الذات الإنسانية، كونها تسلي الفرد وترفه عنه [4]، " فالأنسان يحمل نزعة طبيعية للأهتمام بكل ما هو غير مألوف، الأمر الذي يجعل (القنوات الفضائية) تفضل الأخبار التي تتوافر فيها الغرابة والطرافة أرضاءً لهذه النزعة " [5] . ولذلك فإن وسائل الإعلام تعمل على بث ونشر الأخبار التي تُعد غير تقليدية أو غير مألوفة ضمن المنافسة مع المؤسسات الإعلامية الأخرى، وتُعد أخبار الغرابة والطرافة، من الأخبار الخفيفة (Sort News) التي تهدف إلى التسلية والترفيه وإشباع الاحتياجات النفسية [6]، وتقترب هذه القيمة الإخبارية من قيمة الإثارة، إذ تجعل أخبار الغرابة والطرافة وكذلك الإثارة المشاهد في حالة من التفكير والترقب [7] .

12. الكوارث: Disaster

تُعد الكوارث إحدى القيم الإخبارية كونها تثير اهتمام الناس، فالأخبار التي تتعلق بالكوارث التي تتعرض لها البشرية في مناطق مختلفة من العالم لها أهمية في النشر . إذ اطلق عليها دينيس ماك شان اسم "الصعوبة على المجتمع" [8] فيما

(1) محمود فهمي . فن تحرير الصحف الكبرى . القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، بلا، ص82.

(2) رحيم مزّيد الكعبي، مصدر سابق، ص58 .

(3) Melrin Mencher's, Op. Cit, P.60.

(4) سعيد محمد السيد، انتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص21 .

(5) بركات عبد العزيز، أتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية، مصدر سابق، ص92.

(6) إبراهيم أمام . دراسات في الفن الصحفي . القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1972، ص101.

(7) نهى عاطف العبد، مصدر سابق، ص 87، .

(8) Paul Brighton and Dennis, Foy, Op. Cit, P.8.

ذكرها كل من ستانلي جونسون وجوليان هاريس في تصنيفهما باسم "الكارثة"[1]، كما اوردها مزيد في تصنيفه ايضاً، وترتبط هذه القيمة بقيم اخرى غالباً ما تأتي معها مثل قيمة الحجم، إذ غالباً ماتؤدي الكوارث الى وفيات واضرار مادية كبيرة الحجم، وكذلك تأتي مع قيمة الإهتمامات الإنسانية، إذ غالباً ما تثير نتائج الكوارث اهتمامات المشاهدين.

13. الاهتمامات الإنسانية : Human Interest

يُعرف الإهتمام الأنساني بأنه " **مجموعة العناصر التي تضفي على الموضوع أو الخبر بعداً عاطفياً وإنسانياً** " [2] . وتشمل قيمة الأهتمامات الإنسانية الخبرية كل ما يمكن أن نسميه بالخلفيات العاطفية (Emotional back ground) أي ما يحرك العواطف الإنسانية عند المتلقي سواء كان بالحب أو العطف * أو الشفقة أو الكره أو الخوف [3] وتجعل هذه القيمة الخبرية من الخبر مثار اهتمام وترقب الجمهور الذي يتعاطف مع أحداثه وأبطاله من شخوص وأمكنة يحتفظ لهم بذاكرة تستدعي لأن تكون في مقدمة اهتماماته في لحظة ما [4] فاهتمام الإنسان بالإنسان وتتبع نشاطاته وأخباره يكاد يكون المحرك الرئيس في عملية جمع الأخبار وتقديمها [5] فكلما ارتبط الحدث بمواقف الجمهور وأحدث رد فعل سواء كان (مع أو ضد) إكتسب الخبر المتعلق بالحدث أهمية أكبر لدى وسائل الإعلام [6] .

---

(1) ستانلي جونسون وجوليان هاريس، مصدر سابق، ص52- 53

(2) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مصدر سابق، ص50 .

* على سبيل المثال الخبر الذي يتعلق بطرد عشرات الأيتام من مقرهم وبيع الأثاث في مزاد علني أو خبر يتعلق بمقتل عروسين ليلة زفافهما .

(3) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص70 .

(4) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص59- 60 .

(5) إبراهيم زيوش . فن كتابة الأخبار للإذاعة والتلفزيون . الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1989، ص25 .

(6) مرعي مدكور، مصدر سابق، ص51 .

14. التعليم: Education

يعدها جاك لول من القيم الإخبارية السائدة في وسائل الإعلام في العالمين الثاني والثالث ويسميها (التثقيف) على خلفية ما تعانيه (الدول النامية) أو دول الجنوب من مشكلات صحية وثقافية وإجتماعية [1]، ومِنْ ثمَّ فأن هذه القيمة الإخبارية تحظى بالإهتمام كونها توفر المعلومات التي يتم عن طريقها توعية الجمهور بالعديد من المشاكل المتعلقة بالرعاية الصحية ومحو الأمية بحثهم على التعلم ونبذ الممارسات والعادات الخاطئة [2] .

وبعد أنتشار عدد من الأمراض والأوبئة على الصعيد العالمي، لم تُعد هذه القيمة الخبرية سائدة في دول الجنوب أو الدول الصغيرة بل أصبحت مثار إهتمام كبرى وسائل الإعلام في دول الشمال وفي الغرب تحديداً، فالقنوات الفضائية وبضمنها القنوات الموجهة أظهرت أهتماماً كبيراً بالأخبار المتعلقة بمرضى (سارس) و (جنون البقر) ومرض (انفلونزا الطيور) وكذلك مرض (انفلونزا الخنازير) .

ويختلف مع ما ذهب إليه ألبرت هستر واي لان ج . تو من أن هذه القيمة الإخبارية " تدخل في ما يتعلق بالأخبار التي تُفند الشائعات السياسية وضمان المشاركة الشعبية في الشؤون الوطنية والخارجية " [3]، فتفنيد الشائعات السياسية تأتي ضد المغزى السياسي للخبر * ويطلق باحث تونسي على هذه القيمة الخبرية تسمية (الإتجاهات) ويوضح أن هذه القيمة الخبرية تضمن في الأخبار التي توتر في المتلقين وحياتهم مثل التنبيه إلى زيادة معدلات الجريمة [4] .

---

(1) جاك لول، مصدر سابق، ص59 .

(2) رحيم مزيد الكعبي، مصدر سابق، ص .

(3) ألبرت هستر واي لان ج . تو، مصدر سابق، ص19 .

* مثال على ذلك أن القيمة الخبرية في خبر يفند شائعات تتعلق بحياة رئيس أية دولة تكون (الشهرة) مجرد خروج هذا الرئيس على شاشات التلفزة بتصريح معين كفيل بتفنيد الشائعات .

(4) المنصف وناس . التلفزة والثقافة والهوية . الإذاعات العربية . مجلة . العدد (1) . تونس: اتحاد اذاعات الدول العربية، 1999، ص29 وما بعدها.

15. التنمية: Development

تُعد التنمية من أهم القيم الإخبارية، التي كانت سائدة فيما تسمى بدول (العالم الثالث) أي دول الجنوب حالياً، إذ تستطيع الدول عن طريق الأخبار التي تحمل قيمة التنمية، أن تحقق التغيير الإجتماعي الذي تصبو إليه [1] فالتنمية أضحت ضرورة ملحة أمام المجتمعات النامية للخروج من حالة التبعية والتخلف والركود عن طريق حسن استخدام الموارد والإمكانات ودفع عجلة التقدم [2].

ويعرف الإعلام التنموي بأنه " **إقناع المواطن بالمشاركة في الخطة القومية، وتأييده لها وإحساسه بأنها تعود عليه بالفائدة** " [3]، مثل الأخبار التي تتعلق بالبنى التحتية والسدود والطرق، **ففي معرض مناقشته للإعلام التنموي أكد ماكسويل على وجود ركائز أساسية لإطار نظرية الإعلام التنموي وهذه الركائز هي** [4]:

1. على وسائل الإعلام أن تقبل وأن تُنفذ المهمات الإيجابية لعملية التنمية بما ينسجم مع السياسة القومية القائمة .
2. يجب أن تخضع حرية وسائل الإعلام في ضوء:
   أ . الأولويات الاقتصادية .
   ب . حاجات التنمية من المجتمع .
3. يجب على وسائل الإعلام إعطاء الأولوية في مضمونها للغة وللثقافة القومية .
4. على وسائل الإعلام إعطاء الأولوية في الأخبار والمعلومات للعلاقات مع الأقطار النامية الأخرى، القريبة جغرافياً وثقافياً وسياسياً .
5. للصحفيين والعاملين في وسائل الإعلام مسؤولياتهم وحرياتهم في جمع المعلومات وعمليات نشرها.

---

(1) عبد الحليم موسى يعقوب، مصدر سابق، ص17 .

(2) جاك لول، مصدر سابق، ص57 .

(3) جيهان رشتي، الإعلام الدولي، مصدر سابق، ص450 .

(4) عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، مصدر سابق، ص63 .

6. إن من مصلحة أهداف التنمية، أن يكون للدولة الحق في التدخل والحدّ من عمليات الإعلام ووسائل الرقابة وتقديم الإعلانات، والسيطرة المباشرة يمكن أن تكون مبررة .

ويمكن القول أن وسائل الإعلام الموجهة كأجهزة اعلام ليست ربما تعمد إلى التركيز على بعض الأخبار التنموية، كعامل جذب وقبول لدى مشاهدي الدول النامية .

16. الوحدة الوطنية National Unity

في الوقت الذي كانت الوحدة الوطنية تُعد من أهم القيم الإخبارية فيما كان يصطلح عليه بالعالم الثالث، ما تزال الوحدة الوطنية قيمة إخبارية بارزة لدى وسائل الإعلام العربية، التي تحاول التركيز على الإنجازات الإيجابية للأمة، والوحدة الوطنية، فغياب الحد الأدنى من الوحدة الوطنية تصبح كل القيم الإنسانية الأخرى في المجتمع أمراً مستحيلاً [1]، ويمكن القول بأن الوحدة الوطنية أو كما يسميها البعض بـ " التكامل الوطني " أحدى أهم القيم الإخبارية السائدة في دول الجنوب وبالأخص في الدول العربية .

وتعني هذه القيمة الإخبارية أن يكون الخبرُ ذا أهمية في النشر عندما يتضمن ما يكون دافعاً للشعور بالعزة والقومية والوحدة وذلك عن طريق التركيز على الإنجازات الإيجابية للأمة [2] لقد بادرت وسائل الإعلام الموجهة، كقناة الحرة إلى اعتماد هذه القيمة الإخبارية في أخبارها الخاصة بالوضع في العراق، للحفاظ على الوحدة الوطنية في البلد، وهو أحد مرتكزات المشروع الأمريكي في العراق، كما تعمد قناة روسيا اليوم على بث التقارير الخاصة بالوحدة بين الأطراف الفلسطينية، ضمن سياستها الإخبارية والتحريرية إزاء القضية الفلسطينية .

وسيعمد الباحث إلى الإعتماد على هذا التصنيف للقيم الإخبارية، في الدراسة الميدانية.

---

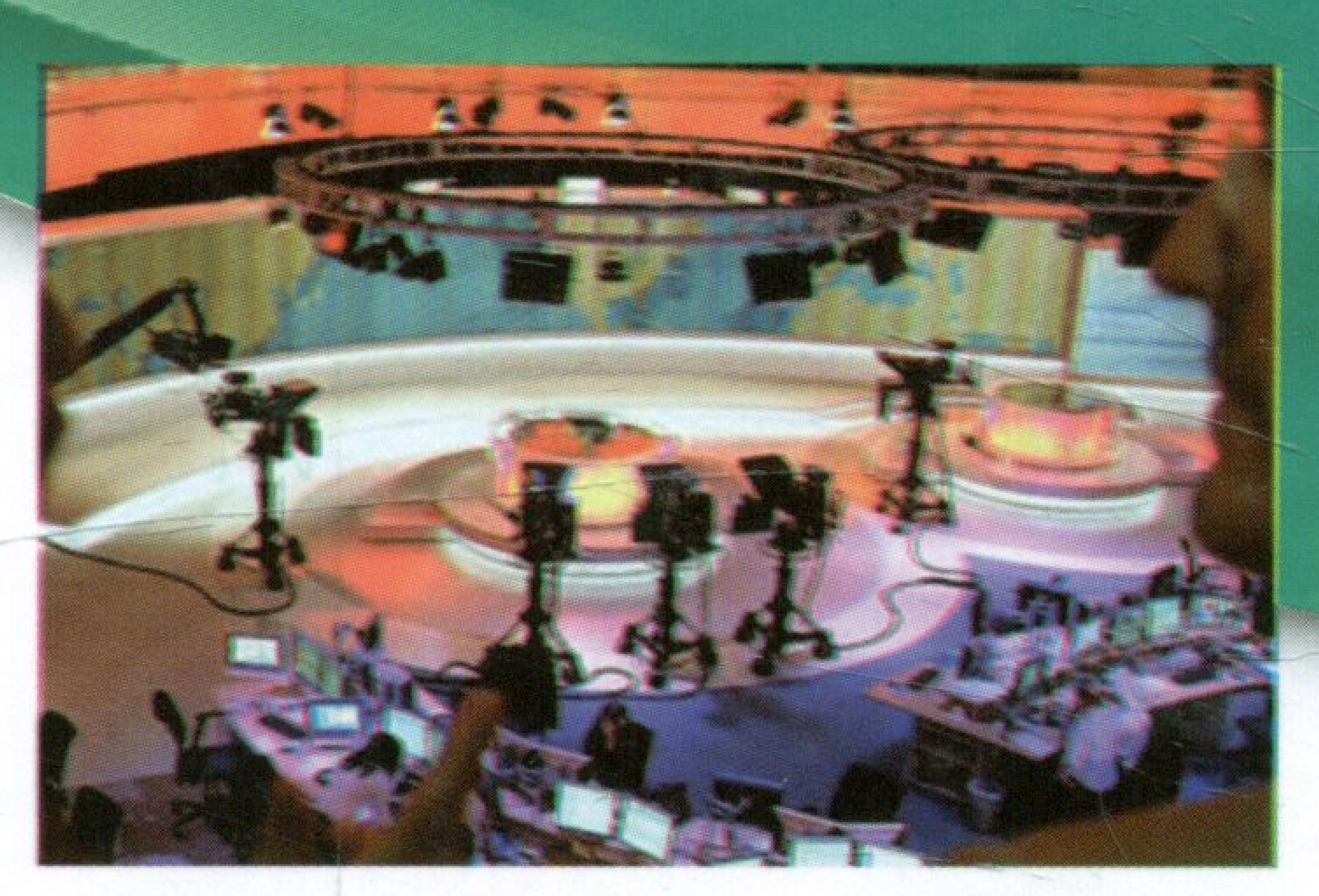
(1) جاك لول، مصدر سابق، ص58 .

(2) عابدين الدردير الشريف . ملامح القيم الإخبارية الرائجة في الصحافة الليبية . البحوث الإعلامية . مجلة . العدد (11)، 1996، ص9 .

المصادر والمراجع

1. د. كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الاخبار، ترجمة: د. اديب خضور ،دمشق، سلسلة المكتبة الاعلامية، 2000، ص 5.
2. د. عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، بيروت، دار المسيرة، 1987، ص 14.
3. د. سعد لبيب، مدخل لدراسة الاختراق الاعلامي في المنطقة العربية، القاهرة، ندوة الاختراق الاعلامي للوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافية والعلوم، 1996، ص 43.
4. د. يوسف مرزوق، الخدمة الاخبارية في الاذاعة الصوتية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988، ص 22 – 23.
5. د. نعمان ماهر، مدخل في الاعلام، بغداد، وزارة الثقافة والارشاد، 1968، ص 44.
6. د. حسن عماد مكاوي، الاخبار في الاذاعة والتلفزيون القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية 1989،ص47.
7. د. حسن الحسن، الاعلام الدولة، بيروت، مطابع صادر، 1965، ص 184.
8. د. خليل صابات، وسائل الاتصال – نشأتها وتطورها، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1976، ص 145.
9. د. محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1986، ص 120.
10. سامي بيار، الصحافة اليومية والاعلام، بيروت، دار المسيرة، 1987، ص 40.
11. جون – ر – بيتز، الاتصال الجماهيري، ترجمة د. عمر الخطيب القاهرة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر 1987، ص 179.
12. د. نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الاذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص 15 – 17.
13. كارولين ديانالويس، التغطية الاخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمود شكري العدوي – مراجعة: سعد لبيب، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، 1993، ص 12.
14. وائل العاني، اراء في الكتابة و العمل الصحفي، بغداد ، دار الجاحظ للنشر، 1980، ص 11.
15. Dominiock,jose ph R.,The Dynamics of mass communication, Mccrow – Hill, United states of Amrica, 3d, 1990 p.136- 138
16. د. كرم شلبي، الخبر الاذاعي ،جده، ار الشروق، 1985، ص 81.
17. اوستن راني، قنوات السلطة، ترجمة: موسى جعفر، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1986، ص 11 – 12.

18. عبد الاله بلقزيز، النظام الاعلامي السمعي – البصري الغربي والاختراق الثقافي، بيروت، اعمال الندوة الفكرية حول اشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية ،1997، ص 229.
19. د. جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1975، ص 344.
20. فيليب تايلور، قصف العقول، ترجمة: سامي خشبة، الكويت، سلسلة عالم المعرفة (56)، المجلس لوطني للثقافة والفنون والاداب، نيسان، 2000، ص 376.
21. فائق فهيم، التطور التاريخي للتلفزيون، الرياض، جهاز التلفزيون الخليج، 1083، ص 27 – 28.
22. جان جبران، لغة الاعلام، بيروت، دار الجيل، 1986، ص 128.
23. د. جبار العبيدي، تقنيات التلفزيون الحديثة وشكل ومضمون البرامج التلفزيونية، صنعاء، مجلة متابعات اعلامية، العدد (51) 1996، ص 25.
24. محمد محمود المرسي، العمل الاخباري في التلفزيوني، القاهرة، مجلة الفن الاذاعي، العدد (11) تشرين الاول 1986، ص 66.
25. د . احمد محمد ألا صبحي ،أوراق في المشروع العربي ،عمان، دار البشير، 1996، ص85 - 86
26. خير ميلاد أبو بكر، التدفق الإعلامي من جانب واحد، مجلة البحوث الإعلامية، ليبيا، العدد (17)، 1999، ص35
27. د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة ،ج 2، م.س. ذ، ص 177.
28. د . إبراهيم الداقوقي، نظرة في إعلام العالم الثالث من خلال الأنظمة الإذاعية في الدول النامية، بغداد، مطبعة اليقظة، 1982، ص10 وما بعدها .
29. تيسير أبو عرجة . م . س . ذ . 280 – 281.
30. د. فتحي الابياري، الإعلام العالمي والدعاية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية ،1985 . ص 113.
31. د. انشراح الشال، الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1986 ،ص108
32. سفيان النابلسي، الوضع الراهن للقنوات الفضائية العربية وتطور أنظمة الاتصال في الوطن العربي، تونس، ندوة القنوات الفضائية في خدمة الثقافة العربية الإسلامية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1998 . ص 271 .
33. محمد حمد بن عروس، الغزو الثقافي والإعلامي عبر الأقمار الصناعية، ليبيا، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (15 – 16)، 1998، ص 97 .
34. أياد البكري، البث التلفزيوني الفضائي المباشر ،رسالة ماجستير منشورة، بغداد، كلية الآداب – قسم الإعلام ،1994، . ص19 .



صناعة الأخبار

في القنوات العربية المتخصصة

A. N. N.





للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252

فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781

البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo

الموقع الإلكتروني: www.darosama.net



ناشرون وموزعون

الأردن - عمان - العبدلي

تليفاكس: 0096265664085

ISBN: 978-9957-22-596-4

